



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:**

**ROBERTO FRANCISCO BACILIO YAGUAL**

**DOCENTE TUTOR:**

**LCDO. DAVID ECHEVERRÍA PHD**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:**

**CONTENIDOS EDUCATIVOS DIGITALES EN LOS ESTUDIANTES DE  
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN PERIODO 2021-2**

**2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Roberto Francisco Bacilio Yagual** con C.C: **2400167199**, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Ensayo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Contenidos educativos digitales en los estudiantes de la Carrera de Comunicación periodo 2021-2**. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, Enero del 2022

Atentamente

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Roberto Francisco Bacilio Yagual**

C.C 2400167199



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**  
**CARRERA COMUNICACIÓN**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC**  
**ARTÍCULO ACADÉMICO**  
**MODALIDAD TELETRABAJO**

La Libertad, 18 de enero de 2022

Magíster  
BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**  
En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **ROBERTO FRANCISCO BACILIO YAGUAL**, con cédula de identidad N° **2400167199**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **ROBERTO FRANCISCO BACILIO YAGUAL**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Contenidos educativos digitales en los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico.

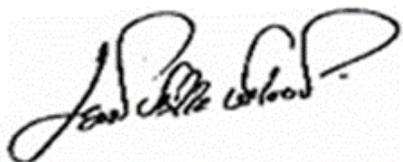
Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del estudiante, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. David Echeverría Maggi Mgrt.  
**DOCENTE TUTOR**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Lcdo. Benjamín Wilson León  
Valle, Mgtr. **DIRECTOR CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



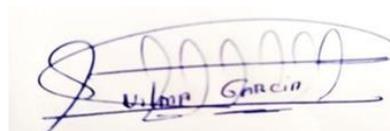
---

Lcda. Gabriela Vélez Bermello,  
Mgtr. **DOCENTE ESPECIALISTA DE  
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi,  
Mgtr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lcda. García González Vilma Maribel,  
Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Bacilio Yagual Roberto Francisco  
**ESTUDIANTE**

**Contenidos educativos digitales en los estudiantes de la Carrera de  
Comunicación periodo 2021-2**

**Digital educational content in students of the Communication Career  
period 2021-2**

Roberto Francisco Bacilio Yagual

<https://orcid.org/0000-0002-0127-3874>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

[roberto.bacilioyagual@upse.edu.ec](mailto:roberto.bacilioyagual@upse.edu.ec)

David Echeverría

<https://orcid.org/0000-0002-3736-3601>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

[echeverria@upse.edu.ec](mailto:echeverria@upse.edu.ec)

SANTA ELENA — ECUADOR

2022

## **Resumen**

La tecnología de la información y la comunicación, son recursos y herramientas que ayudan a aportar al aprendizaje académico mediante vía internet. La presente investigación tiene como objetivo general identificar los contenidos digitales que consumen los estudiantes de la Carrera de Comunicación matriculados en el periodo 2021-2 de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Para el desarrollo de la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, el instrumento que se manipuló fue una encuesta en línea a través de Google Forms, instrumento que fue validado por un experto, con un muestreo aleatorio simple ejecutada en los estudiantes de los diferentes semestres. Los resultados obtenidos indican que los contenidos educativos son mayormente adquiridos mediante las redes sociales como Facebook y WhatsApp. Finalmente, se concluyó que los tipos de contenidos digitales más utilizados y creados por los estudiantes de la carrera de Comunicación son los Videos, Tutoriales y Gráficos e Imágenes por su aportación y crecimiento académico.

**Palabras clave:** Contenidos digitales, Comunicación, Facebook, Red social, Multimedia.

## **Abstract**

Information and communication technology are resources and tools that help contribute to academic learning via the Internet. The general objective of this research is to identify the digital content consumed by students of the Communication Career enrolled in the period 2021-2 of the Santa Elena Peninsula State University. For the development of the research, the quantitative approach was used, the instrument that was manipulated was an online survey through Google Forms, an instrument that was validated by an expert, with a simple random sampling executed in the students of the different semesters. The results obtained indicate that educational content is mostly acquired through social networks such as Facebook and WhatsApp. Finally, it was concluded that the types of digital content most used and created by students of the Communication career are Videos, Tutorials and Graphics and Images for their contribution and academic growth.

**Keywords:** Digital content, Communication, Facebook, Social network, Multimedia.

## **Introducción**

Los contenidos digitales son todos los materiales y archivos multimedia que son convertidos en una información con la combinación de la creatividad, producción, participación y cooperación que contribuya al aprendizaje mediante la web o Internet. Con la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), ayuda a facilitar la vida de los internautas por lo que es una herramienta que está al alcance de todos, que han abierto nuevos facetas para la innovación de la enseñanza, (Arango et al., 2017).

Pereira et al. (2010), mencionan que los contenidos digitales son objetos de aprendizajes, que pueden ser cualquier recurso digital multimedia que consigan ser reutilizado y que contribuye con el objeto de enseñanza.

Manrique et al. (2020), En su artículo denominada Entorno virtual para cocrear recursos educativos digitales en la educación superior de la Universidad de Medellín-Colombia, implementa un modelo para la cocreación y productos de contenidos educativos abiertos mediante el uso de una plataforma virtual, en el que los estudiantes y docentes les permita la creación gratuita de recursos educativos digitales aplicando métodos y habilidades en el cual la enseñanza es más efectiva en el ambiente universitario.

Por otro lado, Leturnet y Viteri (2018), dan a conocer las herramientas digitales educativas importantes dentro del ámbito académico, donde los estudiantes adquieran más conocimientos y desarrollo de habilidades de cognitivas, así como también, las técnicas de enseñanzas por partes de los docentes. Además, se evidencia la elaboración de una encuesta a los alumnos del octavo año de educación básica de la Unidad Educativa Fiscal “Dolores Sucre” de la ciudad de Guayaquil de la Provincia del Guayas.

Siguiendo la línea de investigación, la tesis denominada Técnicas de aprendizaje en la educación digital, durante el proceso formativo de los estudiantes de educación básica superior pertenecientes a la unidad educativa José Antonio García Cando, se evidenció que adoptar técnicas y herramientas digitales para el aprendizaje mantiene el propósito de atraer la atención y participación de los estudiantes (Guale, 2020).

Unos de los beneficios de los recursos educativos digitales es que, los estudiantes pueden acceder a una información y tener un aprendizaje en cualquier momento; en las aulas de clases con el acompañamiento de un producto comunicacional educativo y el uso de las nuevas tecnologías, facilitan el aprendizaje e interacción de los estudiantes con la finalidad de crear una comunicación más efectiva y afectiva entre ellos (Balseca, 2019).

Por lo tanto, Chiappe (2016), aborda tres tendencias en materia de contenidos educativos digitales a nivel mundial que juegan un papel distributivo como: el uso de dispositivos móviles, contenidos educativos abiertos y los cursos masivos abiertos y en línea; de la misma forma para la educación el uso de las TIC es muy importante por lo que es un elemento esencial en el progreso de la educación en el siglo XXI.

Por ende, la importancia de la investigación se fundamenta bajo los conceptos y avances tecnológicos, con la finalidad de enriquecer los procesos cognitivos de aprendizaje y así crear nuevas líneas o técnicas pedagógicas aplicadas en el ámbito educacional.

Se ha verificado que a partir de la popularización de las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, de la misma manera Instagram, se ha extendido el intercambio y el consumo de contenidos digitales a través de redes inalámbricas; por consiguiente un contenido digital es una conformación de una narrativa que se manifieste mediante una imagen (visual, auditiva, audiovisual y textual), con mensajes claros que va dirigido a la audiencia (Villegas y Castañeda, 2020).

Por lo tanto, se pretende como objetivo principal de esta investigación, identificar los diferentes tipos de contenidos digitales educativos que consumen los estudiantes de la Carrera de Comunicación del periodo 2021-2.

## **Materiales y métodos**

El presente artículo mantiene un enfoque cuantitativo, Vega et al. (2014) mencionan que enfoque cuantitativo maneja la recolección y análisis de datos para contestar preguntas determinadas en las encuestas y probar la hipótesis establecida en la investigación, en su distintiva característica se basa en una representación deductiva y lógica, proyectando los resultados de la investigación mediante muestras definidas, también menciona que los instrumentos suelen ser encuestas con preguntas cerradas.

Como menciona Pita y Pértegas (2002), los métodos cuantitativos tienen una fuerza en los términos de validez con un muestreo específico de universo teniendo como resultado la exactitud y seguridad de los datos.

Se realizó un proceso de identificación de los contenidos digitales que están colgados en la plataforma virtual de Facebook, para aquello se utilizó la técnica de observación. Portillo (2006), menciona que la observación es un proceso donde el investigador almacena en sí mismo información respectiva de una problemática o un fenómeno, así mismo tiene una percepción del investigador que observa e interpreta lo observado.

Con la emergencia sanitaria (covid-19) que está atravesando a nivel mundial se optó por la elaboración de un cuestionario vía internet, el periodo efectuado es entre la semana 51 (12 de diciembre al 13 de diciembre) del 2021, el universo total es de 494 estudiantes matriculados en el periodo 2021-2, donde se optará un muestreo aleatorio simple de los estudiantes dando como muestra general 85 estudiantes encuestados de los cursos de primer a octavo semestre en la carrera de Comunicación.

Se empleó una encuesta en línea través de Google Forms para tener una base de datos con preguntas cerradas, para crear este cuestionario se seguirá algunos pasos: 1) Crear una cuenta o vincularse a Google, 2) Acceder a la zona de diseño de formulario, 3) se diseña la encuesta, por consiguiente, se publica la encuesta.

Posteriormente, se compartió a los estudiantes el link proporcionado de la encuesta, una de las utilidades que tiene esta herramienta en línea es que después de implementar la encuesta recopila las respuestas obtenidas en un archivo XLS (hojas de cálculos) en lo que se procederá analizar los datos.

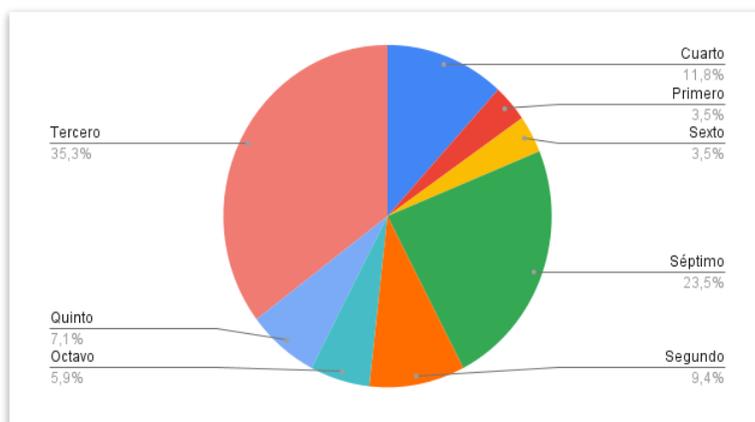
Cabe mencionar que dicha encuesta fue enviada para la verificación y aprobación previa a la ejecución, el documento fue revisado y aprobado por peritos en el tema de la investigación Científica por el docente de la carrera de Comunicación al Sr. Luis Alberto Iza Espinoza, con Grado de Magister en el área de Lingüística aplicada al Inglés; las preguntas de la encuesta fueron de creación propia.

## Resultados

Para el análisis e interpretación de los resultados de la encuesta se ha efectuado a un total de 85 estudiantes de forma aleatoria a todos los cursos de Comunicación matriculados en el periodo 2021-2, el link fue promocionado mediante WhatsApp a los presidentes y conocidos de cada semestre de la carrera de comunicación. Con los siguientes datos obtenidos podemos llegar a la conclusión de cuál o cuáles son los contenidos digitales más usados por los estudiantes de la carrera de Comunicación de la UPSE

**Pregunta N°1:** Usted es estudiante de la carrera de Comunicación a que semestre pertenece:

**Gráfico N°1**



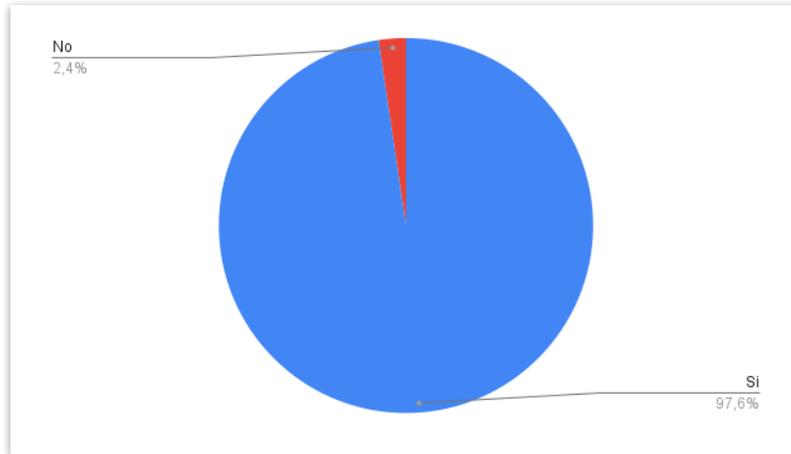
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** El Curso que mayor aportó a la encuesta con 30 estudiantes equivale al 35,3 % es el curso de tercer semestre, seguido con el 23,5 % que equivale a 20 estudiantes es el curso de Séptimo, 10 estudiantes de cuarto semestre que equivale 11,8 % de la encuesta, el 9,4 % con 8 estudiantes es el segundo semestre, 6 estudiantes de Quinto semestre con el 7,1 %, 5 estudiantes del octavo semestre con el 5,9 %, 3 estudiante del Primer semestre con el 3,5 % y así mismo con el mismo valor del primero tiene el curso de Sexto.

**Pregunta N°2:** Usted tiene conocimiento sobre contenido digital.

**Gráfico N°2**



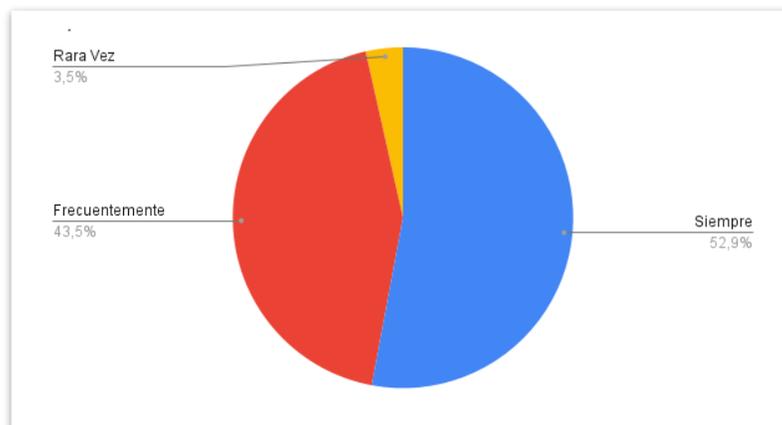
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** Un 97,6 % que equivale a 83 estudiantes de la carrera de comunicación tomaron la opción de que Si tienen conocimiento sobre contenido digital y el 2,4 % dicen que No tienen conocimiento. De esta forma, se considera que en su totalidad de los estudiantes tienen conocimientos sobre los contenidos digitales por las ilustraciones que imparten los docentes de la carrera de Comunicación. De forma similar, Leturnet y Viteri (2018), les resulta que compartir el conocimiento de partes de los docentes, acompañado de las herramientas digitales educativas es muy importante para la enseñanza pedagógica.

**Pregunta N°3:** ¿Considera usted que los contenidos digitales aportan al conocimiento académico?

**Gráfico N°3**

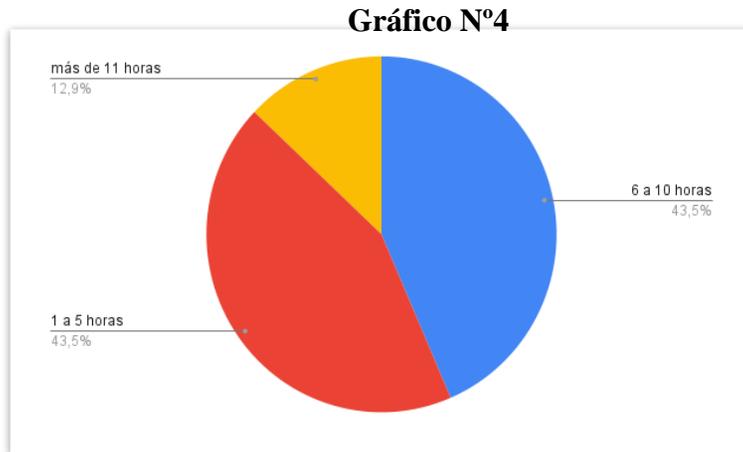


**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** 45 estudiantes encuestados que equivale a 52,9 % han respondido que consideran los contenidos digitales siempre aportan al conocimiento académico, el 43 % de los encuestados han respondidos que frecuentemente los contenidos digitales aportan al conocimiento académico mientras un 3,3 % que equivale a 3 estudiante ha dicho que los contenidos digitales aportan Rara Vez al conocimiento académico. Por un lado, existen un porcentaje mínimo con falencia en un 3,3 % (3) que consideran que los contenidos digitales que rara vez aportan al conocimiento académico. En cambio, Leturnet y Viteri (2018), suponen que al aplicar las herramientas digitales educativas a los estudiantes mejoran el rendimiento académico en su generalidad.

**Pregunta N°4:** ¿Cuántas horas diarias utiliza Internet?

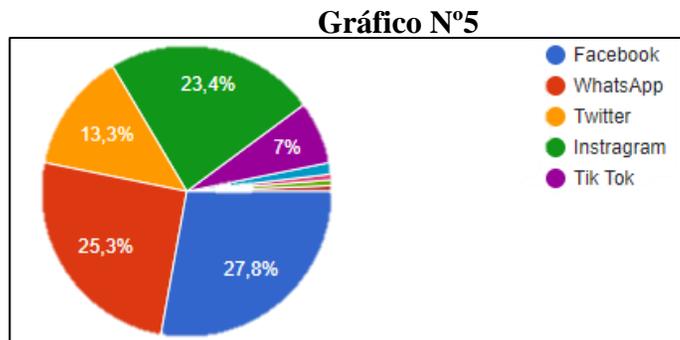


**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e Interpretación:** En lo que se aprecia en el gráfico que un 43,5 % de los encuestados utilizan a diario internet en una escala de 1 a 5 horas, con el mismo valor de 43,5 % también usa internet en una escala de 6 a 10 horas, por otro lado 11 estudiantes que equivale a 12,9 % utiliza internet diaria más de 11 horas.

**Pregunta N°5:** En el ámbito educativo, ¿Qué Red Social Usted utiliza para educarse?



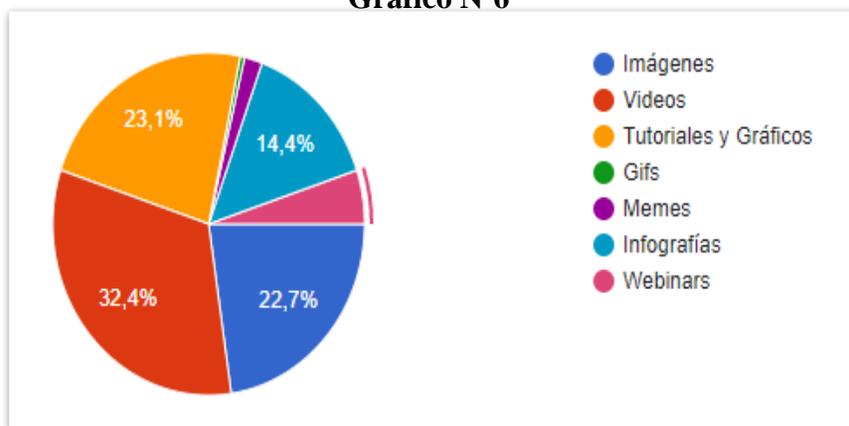
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** La red social más utilizada por los estudiantes de la carrera de Comunicación para su educación es Facebook con un 27,8 %, le sigue WhatsApp con un 25,3 %, el 23,4 % de encuestados utiliza Instagram, el 13,3 % los estudiantes utilizan Twitter, el 7 % utiliza Tik Tok y el 3,6 % de los encuestados utiliza otra red social. Es por ello, de acuerdo al tercer objetivo específico en interpretar con base a los resultados el uso de la plataforma de Facebook como medio académico de los estudiantes de la Carrera de Comunicación. Al contrario, Guale (2020), según su base de resultado de su investigación, que la herramienta más consumida para el aprendizaje académico es YouTube.

**Pregunta N°6:** Que tipo Contenidos Digitales manipula más para su educación académica

**Gráfico N°6**



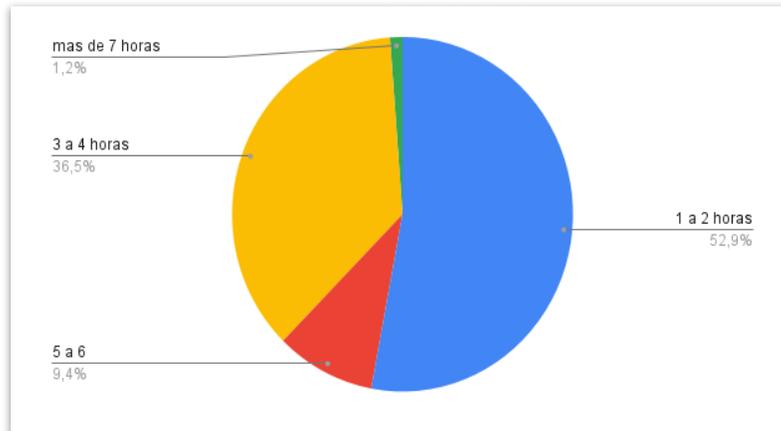
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** Según el gráfico, los videos es el tipo más manipulado por los estudiantes para su educación académica con un 32,4 %, le sigue los tutoriales y gráficos con un 23,1 %, el 22,7 % los estudiantes manipulan las imágenes, el 14,4 % de los encuestados manipula la infografía, el 5,1 % de los estudiantes manipula Webinars, con un 1,9 % los memes son manipulados por los estudiantes y un 0,5 % de los estudiantes dicen que manipulan los Gifs para su educación académica. A través, de los resultados reflejan que los tipos de contenidos digitales consumidos y manipulado con frecuencia son los videos. De hecho se llega a cumplir con el objetivo principal de identificar con certeza que los videos son los contenidos digitales más consumido por los estudiantes. De igual forma, Arango et al. (2017), que las nuevas plataforma y materiales digitales que ayudan a los procesos académicos con los videos web textos interactivos.

**Pregunta N°7:** Cuantas horas al día Usted utiliza algún tipo de Contenidos Digitales

**Gráfico N°7**



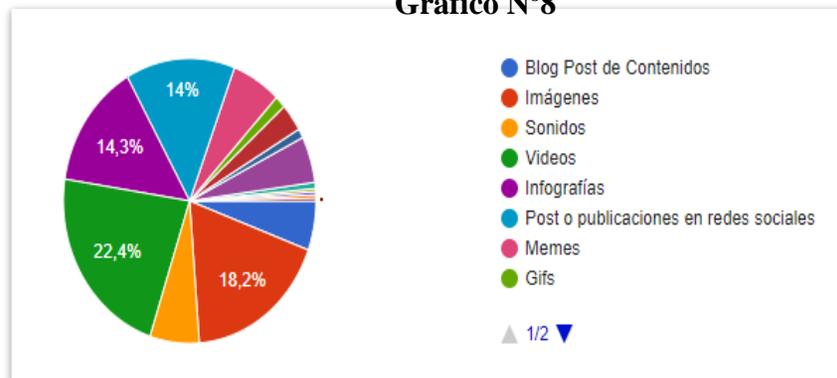
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** 45 estudiantes utilizan algún tipo de contenidos entre 1 a 2 horas al día que equivale a 52,9 % de los encuestados, por otro lado 31 estudiantes opta a 3 a 4 horas en utilizar algún tipo de contenido digital, entre 5 a 6 horas tuvo 8 estudiantes que utilizaba algún tipo de contenidos y un estudiante que dice que utiliza más los contenidos digitales que son más de 7 horas. De igual forma, de acuerdo con el segundo objetivo específico de la investigación, infiere que la mayoría de los encuestados hacen utilización de algún tipo de contenido digital en cualquier hora del día. Por consiguiente, Leturnet y Viteri (2018), que su totalidad de los estudiantes consideran que es sustancialmente importante la utilización de algún tipo de contenidos educativo digital para su formación académica.

**Pregunta N°8:** Usted ha creado algún tipo de Contenido Digital, ¿Cuáles?

**Gráfico N°8**



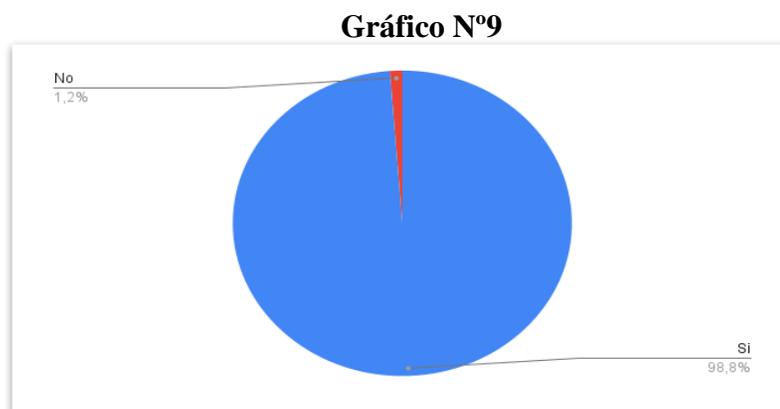
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** Con un 22,4 % de los encuestados han creado Videos, así mismo el 18,2 % ha creado Imágenes, el 14,3 % ha creado Infografía, como el también Post

publicaciones en redes sociales con el 14%, el Sonido tiene 6,3 % como también con el mismo valor los Memes, el 5,6 % ha creado Blog Post de contenidos, le sigue el 5,1 % ha creado Tutoriales y Gráficos, el 3,1 % ha creado Glosarios o Diccionarios, mientras que el 2,2 % han creado otros tipos de contenidos, 1,4 % ha creado tipos de Gifs y el 1 % de los encuestados ha creado Webinars. En resumen, en base a los resultados el tipo de contenido digital más creado por los estudiantes son los Videos en un 22,4 % de los encuestados. Después de esto, Manrique et al. (2020), para la interacción didáctico y tecnológico es significativamente importante la cocreación de recursos educativos digitales abiertos.

**Pregunta N°9:** ¿Consideraría necesario que se hagan charlas o talleres para la creación y el uso correcto de los tipos de contenidos digitales?



**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación periodo 2021-2

**Elaborado por:** Roberto Bacilio Yagual

**Análisis e interpretación:** El mayor número de encuestado 84 estudiantes han dicho que necesario que se organice charlas o talleres equivalente a 98,8 % y por otra parte un estudiante dice que no es necesario que equivale al 1,2 % de los encuestados. En conclusión, en su generalidad es necesario que se efectúen capacitaciones para la creación y el uso correcto de los tipos de contenidos digitales. Que concuerda, Guale (2020), que son necesarias el uso de las herramientas o plataforma digitales como resultados positivos para el aprendizaje educativo.

## Discusión

Los contenidos digitales colgados en la red pueden causar un comportamiento negativo como también, aportar de una forma positiva de manera que ayude al crecimiento a la vida profesional, mediante la encuesta que se efectuó se puede deducir que la mayoría de los estudiantes consideran que los contenidos digitales aportan al conocimiento académico.

Los estudiantes encuestados vía Internet reflejan con certeza que los tipos de contenidos digitales consumidos y manipulados con mayor frecuencia son los videos, que corresponde un 32,2 % equivalente a 28 estudiantes; con 22,7 % (19) hacen uso de imágenes; el 23,1 % (20) se direccionan por tutoriales y gráficos; el 14,4 % (12) se refleja al uso de infografía; y por último, el 7,6 % (6) oscilan entre Gifs, memes y webinar. Por lo tanto se llega a cumplir el objetivo

general de identificar, que los videos son los contenidos digitales mayormente consumido por los estudiantes de la Carrera de Comunicación. De forma similar, los contenidos digitales, con las nuevas plataforma y materiales digitales que aportan de manera procedente a los procesos académicos son los videos web y textos interactivos (Arango et al., 2017).

En los resultados se pudo apreciar que los contenidos digitales aportan al conocimiento en el ámbito académico, que coinciden con las investigaciones de Roggiero y Vera (2014) y Guale (2020). Por su parte es importante organizar catedra para el uso correcto de las herramientas y creación de contenidos digitales, que concuerda con los trabajos de investigaciones de Manrique et al. (2020), y LLeturned y Viteri (2018), para tener una nueva innovación tecnológica.

Con la investigación también se concluyó que las redes sociales más consumidos por los estudiantes de la carrera de Comunicación es Facebook y WhatsApp, algo que no coincide con el trabajo de investigación de Guale (2020), en el cual YouTube es la herramienta más utilizada para el proceso de aprendizaje académico.

## **Conclusión**

En definitiva, se identificó que los diferentes contenidos digitales educativos mayormente consumidos por la población en estudio, corresponde a videos o archivos audiovisuales (32,4 %); por lo tanto, dichos recursos ayudan o sirven como medios para la autoeducación digital.

Por consiguiente, se infiere que la población en estudio con base a una muestra aleatoria simple, manejan los contenidos digitales como autoayuda en el ámbito de la educación con la finalidad de mejorar sus procesos pedagógicos. A su vez, se delimita el rango de edades de los estudiantes que hacen uso de los recursos de la social media.

Por ende, la edad de los estudiantes que consumen los contenidos digitales oscilan entre 16 a 25 años, lo que representa un 92 % de los encuestados; un 3,5 % bordean el rango de 36 a 45 años; dentro del rango de 26 a 35 años refleja un 2,4 % y por último, un 1,2 % de los encuestados equivale a 45 años.

Para finalizar, siendo la plataforma de Facebook una red social gratuita y de libre acceso a nivel mundial, el objeto de estudio refleja que solo un 27,8 % de los estudiantes encuestados navega en la social media con un fin académico. Por otro lado, un mínimo del 0,5 % del análisis en cuestión, se interpreta como uso de entretenimiento y diversión sin tener en cuenta el ambiente académico.

## **Recomendación**

El objeto de estudio da pie para el abordaje de nuevos temas de investigación científicas como técnicas y manejos de los contenidos digitales que contribuyan con el aprendizaje académico.

En el ámbito académico, con los avances de la tecnología el rol del docente afronta un gran desafío, por lo que se puede organizar capacitaciones para el correcto manejo de los contenidos digitales que ayuden con el crecimiento del conocimiento académico.

## **Agradecimiento**

Dedico este trabajo de investigación primordialmente a Dios, por haberme dado las fuerzas y permitirme el haber alcanzado este momento tan sustancial de mi vida universitaria. A mi tutor Magister Xavier Echeverría, por tener la paciencia, el apoyo, la enseñanza y la colaboración de poder guiarnos a la realización del Artículo. A mi madre Yolanda, por tener ese amor incondicional y cariño, a pesar de tener una discapacidad me ha enseñado a salir adelante. A mi padre Alfonso, por ser el pilar del hogar, de tener el coraje, sacrificio y la valentía para poder sobrellevar los problemas de la vida. A mis hermanos José, Nathalia y Jairo, por haberme brindado ese apoyo harmónico día a día. A esa persona especial en mi vida, le doy gracias por inducirme, inscribirme y guiarme a construir mi vida profesional. A mi gran amigo el Licenciado Jean Alfonzo, que con sus palabras de aliento no me dejaban decaer y seguir con mis estudios universitarios. A mis familiares, compañeros y amigos por estar siempre a mi lado apoyándome directa e indirectamente sin recibir nada a cambio. Y como no darles gracias a esta prestigiosa Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por haberme abiertos sus puertas y formarme como un profesional.

De corazón, Muchas Gracias

## Bibliografía

Arango; Martínez; Pinzón, M. (2017). Divulgación y enseñanza del patrimonio: interpretación de contenidos digitales y las nuevas perspectivas educativas. *Designia*, 5(1), 48-66.

Obtenido de <https://doi.org/10.24267/22564004.253>

Balseca, G. (2019). *RECURSOS EDUCATIVOS*. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40726>

Bravo Ramos, L. (Marzo de 1996). ¿Qué es el vídeo educativo? *Comunicar*(6), 100. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/158/15800620.pdf>

Chiappe, A. (2016). Tendencias sobre Contenidos Digitales Educativos Digitales en América

Latina. *Cuadreno SITEAL*. Obtenido de

<http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/4760/Tendencias%20sobre%20contenidos%20educativos%20digitales%20en%20Am%c3%a9rica%20Latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guale Santistevan, J. (2020). *TÉCNICAS DE APRENDIZAJE EN LA EDUCACIÓN DIGITAL*

*EN EL*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6149/1/UPSE-MET-2021-0002.pdf>

LLeturned Burgos & Viteri Tigrero. (2018). *Herramientas digitales educativas en el rendimiento académico*. Guayaquil: Repositorio Universidad de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36399>

María, B. M., & Vásquez, Z. C. (Marzo de 2020). Entorno virtual para cocrear recursos educativos digitales en la educación superior. *Campus Virtuales*, 101-112. Obtenido de Dialnet-EntornoVirtualParaCocrearRecursosEducativosDigital-7470457.pdf

PEREIRA NUNES; DE OLIVEIRA MARTINS; BERNARDINO, B. (2010). Contenidos Educativos Digitales Multimedia – métodos y criterios de. Obtenido de [https://www.iiis.org/CDs2010/CD2010CSC/SIECI\\_2010/PapersPdf/XA516OL.pdf](https://www.iiis.org/CDs2010/CD2010CSC/SIECI_2010/PapersPdf/XA516OL.pdf)

Pita Fernández & Pértegas Díaz. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*, 76-78. Obtenido de [https://fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali2.pdf](https://fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali2.pdf)

Portillo, J. (2006). *Las Observaciones*. Obtenido de <http://invcualit.homestead.com/Exposiciones.html>

ROGGIERO & VERA. (2014). *El PERIODISMO 2.0 Y SU INFLUENCIA EN LA*. La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3833/1/UPSE-TCS-2014-0012.pdf>

Vega; Ávila; Vega; Camacho; Becerril & Leo. (Mayo de 2014). PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN. ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO. *European Scientific Journal*, 10(15), 525. Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/236413540>

Villegas García; Castañeda Marulanda, M. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *KEPES*, 257-276. Obtenido de <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2609/2411>