



Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales  
Programa Uruguay

Maestría en Educación Audiovisual  
Primera Cohorte 2020-2023

Los consumos de productos de *YouTube* con fines educativos, por parte de alumnos de segundo y tercero de bachillerato de dos liceos públicos y dos colegios privados de la ciudad de Melo.

Tesis para obtener el grado de Maestría en Educación Audiovisual

Autora: Prof. Soraya Barrios  
Directora de Tesis: Lic. Natalia Villalobos  
Directora de Maestría: Dra. Gabriela Augustowsky

Melo – Cerro Largo – Uruguay  
2023

## 1. AGRADECIMIENTOS

En primer lugar un profundo agradecimiento al Equipo de Coordinadores Nacionales del Programa Cineduca de la UAPA: Gladys Marquisio, Cecilia Etcheverry, Cecilia Cirilo y Alvaro Camilo, que realizaron las gestiones para que esta Maestría fuera posible. Al Consejo de Formación en Educación que otorgó las becas a los Coordinadores de Centro de CINEDUCA, brindando una oportunidad de formación invaluable. A la Dra. Gabriela Augustowsky, Directora de la Maestría, que junto a la Mag. Andrea Cantarelli realizaron un excelente trabajo de gestión para que la cursada fuera organizada, productiva y muy disfrutable. A la Prof. Johanna Holt, quien tuvo a cargo la difícil tarea de corregir mis trabajos correspondientes a las actividades de los seminarios y que con tanta paciencia, compromiso y cariño, fue ayudándome a establecer vínculos con el mundo de la escritura académica. A la Mag. Natalia Villalobos que me acompañó en el difícil proceso de búsqueda del tema de investigación, brindando las orientaciones necesarias para identificar la opción que mejor se ajustara a mis posibilidades. A mis compañeros de Maestría, que estuvieron siempre acompañando y alentando durante todo el transcurso de la cursada y luego durante el complejo proceso de investigación y escritura de la tesis. A mis compañeras de trabajo del Instituto de Formación Docente de Melo, que me alentaron al llegar cada fin de semana, motivando mi voluntad para poder dedicar ese tiempo a fortalecer mi formación. Y muy especialmente a mi compañero de vida, mi pareja, que se mantuvo siempre firme e incondicional y junto a mis hijos perrunos y gatunos me acompañaron tantas tardes y noches de los fines de semana, feriados y vacaciones, durante más de tres años que dediqué a estudiar. Gracias por la paciencia, la comprensión y el amor...

## 2. INDICE

<b>1. AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>II</b>
<b>2. INDICE .....</b>	<b>III</b>
<b>3. RESUMEN .....</b>	<b>V</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>4. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
4.1. Tema .....	3
4.2. Área de investigación .....	3
4.3. Línea de investigación .....	3
4.4. Antecedentes - Estado de la Cuestión .....	4
4.5. Problema de Investigación .....	7
4.6. Justificación .....	8
4.7. Factibilidad .....	12
4.8. Objetivo general .....	13
4.9. Objetivos específicos .....	13
4.10. Preguntas relativas a los objetivos .....	14
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
<b>5. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
5.1. Educomunicación .....	15
5.1.1 Desarrollo y evolución .....	16
5.1.2. Características de la educomunicación .....	20
5.1.3. El lugar del alumno .....	22
5.1.4. El lugar del docente .....	25
5.1.5. Resumiendo Educomunicación .....	28
5.2. Alfabetización digital .....	34
5.3. Educación Audiovisual .....	45
5.4. Educación Artística y Educación Visual .....	49
5.5. Cultura Visual. <i>YouTube</i> , un mediador .....	53
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>61</b>
<b>6. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>61</b>
6.1. Metodología o tipo de Investigación .....	61
6.2. Selección de la Muestra .....	61
6.3. Trabajo de campo .....	62
6.4. Técnica e instrumentos de recolección de los datos .....	63
6.5. Estructura de las encuestas .....	64

6.6.	Análisis de los resultados .....	65
<b>CAPÍTULO IV.....</b>		<b>66</b>
7.	<b>HIPÓTESIS DE TRABAJO .....</b>	<b>66</b>
8.	<b>ENCUESTA: CONSUMOS AUDIOVISUALES DE LOS JÓVENES.....</b>	<b>67</b>
9.	<b>ENCUESTA: ESTUDIANDO EN <i>YOUTUBE</i>.....</b>	<b>76</b>
10.	<b>ENCUESTA: LOS DOCENTES Y <i>YOUTUBE</i> .....</b>	<b>104</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>121</b>
11.	<b>CATEGORÍAS DE ANÁLISIS .....</b>	<b>121</b>
11.1.	Una imagen vale más que mil palabras.....	121
11.2.	<i>YouTube</i> forma parte de los sistemas educativos.....	123
11.3.	La importancia de la Educación Audiovisual .....	125
12.	<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>128</b>
13.	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>132</b>

### 3. RESUMEN

Con el surgimiento de Internet y de las tecnologías digitales, llega la era de la Sociedad de la Información. El siglo XXI transcurre a través de las pantallas. *Internet* es un océano de información por el cual las personas navegan constantemente, visitando sitios que están saturados de publicaciones, proporcionando datos sobre todos los temas imaginables. Las redes sociales y las plataformas que ofrecen servicios para cubrir absolutamente todas las curiosidades humanas, están al alcance de tan solo un par de clics. La virtualidad ha desplazado la presencialidad en muchos ámbitos y la educación se ha visto invadida por dispositivos que han modificado las dinámicas que se desarrollan dentro y fuera de las aulas. Estas se alejan cada vez más de las tradicionales, aquellas en las que la transmisión de conocimientos es lineal y unidireccional, en las que los docentes enseñan y los alumnos aprenden.

Este trabajo es una investigación sobre la irrupción de la Plataforma *YouTube* en las aulas de los centros educativos. El objetivo del mismo se centra en analizar los consumos de videos contenidos en la Plataforma, con intencionalidad exclusivamente educativa, por parte de los adolescentes de segundo y tercer año de bachillerato de cuatro liceos de la ciudad de Melo - Uruguay. En la investigación también se realizó una consulta a los docentes, con el propósito de conocer su apreciación en referencia a cómo se relacionan los consumos de esos videos con los procesos de aprendizaje y si los consideran un aporte que contribuye la comprensión de los contenidos, facilitando las competencias a desarrollar en el curso. La consulta se realizó a través de encuestas on line, auto administradas y diseñadas usando los formularios de *Google forms*. Se aplicaron en grupos al azar y en forma generalizada con respuestas totalmente voluntarias.

De la conclusión se destaca que la experiencia educativa trasciende los límites del aula y quizás ya no sea apropiado hablar de una tríada didáctica, como la define Jean Houssaye en su modelo pedagógico de 1986, en el que propone que el acto educativo está integrado por tres componentes: el docente, el alumno y el conocimiento. En la actualidad, se suman nuevos

actores a la escena pedagógica-educativa y tienen una fuerte influencia tanto en los jóvenes como en los docentes. Los nuevos elementos que han irrumpido en las aulas son productos audiovisuales que intervienen en los procesos de enseñanza-aprendizaje, aportando diferentes voces, estilos y formas de explicar y transmitir los conocimientos que se espera que los adolescentes puedan incorporar para culminar la educación secundaria.

**Palabras clave:** adolescencia; consumos audiovisuales adolescentes; alfabetización digital; educomunicación; educación audiovisual; cultura visual; *YouTube*.

## ABSTRACT

With the emergence of the Internet and digital technologies, the era of the Information Society arrives. The 21st century passes through the screens. The Internet is an ocean of information through which people constantly navigate, visiting sites that are saturated with publications, providing data on every conceivable topic. Social networks and platforms that offer services to cover absolutely all human curiosities are within reach of just a couple of clicks. Virtuality has displaced face-to-face in many areas and education has been invaded by devices that have modified the dynamics that take place inside and outside the classroom. These are increasingly moving away from the traditional ones, those in which the transmission of knowledge is linear and unidirectional, where teachers teach and students learn.

This work is an investigation about the irruption of the YouTube Platform in the classrooms of educational centers. Its objective is focused on analyzing the consumption of videos contained in the Platform, with exclusively educational intentions, by adolescents in their fifth and sixth year of secondary school from four high schools in the city of Melo - Uruguay. In the investigation, a consultation was also carried out with the teachers, with the purpose of knowing their thoughts in reference to how the consumption of these videos is related to the learning processes and if they consider them a contribution that contributes to the understanding of the contents, facilitating the skills to be developed in the course. The research was carried out through online surveys, self-administered and designed using Google forms. They were applied in random groups and in a generalized way with completely voluntary responses.

From the conclusion it is highlighted that the educational experience transcends the limits of the classroom and perhaps it is no longer appropriate to speak of a didactic triad, as defined by Jean Houssaye in his 1986 pedagogical model, in which he proposes that the educational act is made up of three components: the teacher, the student and the knowledge. At present, new actors are added to the pedagogical-educational scene and have a strong influence on both young people and teachers. The new elements that have broken into the classroom are audiovisual products that intervene in the teaching-learning processes, giving different voices, styles and ways of explaining and transmitting the knowledge that adolescents are expected to be able to incorporate to complete secondary education.

**Keywords:** adolescence; adolescent audiovisual consumption; digital literacy; educommuniaction; audiovisual education; visual culture; YouTube.

## CAPÍTULO I

### 4. INTRODUCCIÓN

Definir un tema de investigación para una tesis de Maestría, es una tarea compleja. Entran en juego muchas cuestiones como por ejemplo la relevancia del tema, la importancia que pueda tener el mismo para el ámbito en el que se desempeña el investigador y la utilidad que pueda brindar esa investigación. Al ser docente y estar muchas horas al día en el aula junto a los adolescentes, se detectan los cambios que se van suscitando al pasar los años con respecto a las dinámicas que se desarrollan en la clase, las formas en las que los jóvenes se vinculan con los conocimientos, los hábitos y estrategias de estudio que utilizan para adquirir los mismos. Los aportes que los alumnos realizan en la clase denotan si detrás de ellos hay tiempo de estudio dedicado. Cuando solo se manejaba bibliografía sugerida por los profesores, hasta se podía deducir la fuente de la cual provenía la información que el alumno compartía en clase, porque nadie mejor que el docente conocía en detalle esa información. Hace unos años, comenzó a ser frecuente que algunos estudiantes realicen participaciones en las que aportan información muy interesante e incluso hasta desconocida para los docentes, logrando cambiar completamente el desarrollo de la clase que el profesor tenía planificada. En varias oportunidades al estar en el lugar de esos docentes, que han resultado impresionados con aportes muy buenos por parte de los alumnos, la pregunta planteada en esos casos era: ¿Dónde obtuviste esa información? La respuesta recibida: “Mirando videos en *YouTube*”. Una pregunta que se tornó cada vez más recurrente, obteniendo la mayoría de las veces la misma respuesta, esto fue lo que determinó la pertinencia de este tema para la investigación correspondiente a la Tesis de la Maestría en Educación Audiovisual. Esos audiovisuales que están alojados en una plataforma a la que cualquier persona puede acceder, porque es gratuita y no requiere la necesidad de generar un usuario, está contribuyendo de alguna manera a los cambios que se están dando en el ámbito educativo y esto merece ser contemplado en una investigación sobre educación.



La plataforma social de videos *YouTube* ha revolucionado de manera exponencial el modo de enseñar y de aprender debido a su facilidad de acceso y posibilidad para compartir diferentes tipos de contenidos, especialmente educativos, basados en un lenguaje sencillo e instrucciones paso a paso. (Guzmán y López, 2020, p. 19), citado por (Orellana y Salar 2021 pp. 19-20)

De acuerdo a las valoraciones y los comentarios que comparten los usuarios de la plataforma, hay buenos y malos videos, los que aportan mucho y los que no son de utilidad para los estudiantes, de esa forma se va generando un insumo por parte de los mismos usuarios. Se puede establecer un juicio por el número de reproducciones y la cantidad de “likes” que tiene cada video y lo más importante, se puede aportar y compartir un comentario que luego puede facilitar la toma de decisión de otros usuarios, en cuanto si vale la pena o no dedicar el tiempo a verlo.

Los estudiantes consideran que ver videos es una forma de estudiar más efectiva y rápida que interpretar un texto y además facilita la comprensión de los temas, porque los videos incluyen ejemplos visuales a través del uso de fotografías, gráficos, dibujos, animaciones y combinaciones de distintos videos específicos de cada tema, además de la explicación verbal y oral brindada por un individuo que demuestra su conocimiento del tema. También se destaca la habilidad que tienen los “*Youtubers*”, (personas que se dedican a crear esos videos), para capturar, mantener la atención y el interés en el producto hasta el final, así logran lo que en definitiva les interesa, que es obtener nuevos suscriptores para su canal y aumentar los “likes” (los “me gusta” obtenidos en sus videos). Los *Youtubers* deben ser idóneos en los temas que desarrollan y el audiovisual debe propiciar una fácil comprensión, facilitando el aprendizaje del tema expuesto, de lo contrario, el estudiante no va a permanecer frente a la pantalla hasta el final del mismo, como tampoco le dará un *like*.

La interacción entre tecnología y educación es algo que comenzó a surgir hace muchas décadas. En el capítulo 6, se realiza un recorrido por diversos temas que son testimonios de las formas en las que las tecnologías se fueron vinculando con la educación. En el capítulo siguiente, el marco metodológico da cuenta de cómo se llevó adelante el trabajo de

investigación para poder determinar la influencia que tienen los videos alojados en la plataforma *YouTube* en los procesos de aprendizajes de los alumnos de segundo y tercer año de bachillerato de los liceos de la ciudad de Melo, capital del departamento de Cerro Largo en Uruguay.

#### **4.1. Tema**

“El análisis de los consumos audiovisuales como método de estudio, dentro de la plataforma *YouTube*, de los alumnos de Bachillerato y la valoración docente con respecto a su impacto en los procesos de aprendizaje”

#### **4.2. Área de investigación**

Educación, Educación Audiovisual y Consumos culturales.

#### **4.3. Línea de investigación**

Educación Audiovisual y Sociedad (prácticas y consumos contemporáneos).

#### 4.4. Antecedentes - Estado de la Cuestión

Los productos audiovisuales comenzaron a utilizarse como recursos didácticos una vez que las pantallas hicieron su llegada a los centros educativos. Primero fue la televisión de 20 pulgadas, conectada a un reproductor de *VHS*, luego el *DVD* y posteriormente los cañones o proyectores que conectados a una *PC*, hicieron posible que esas pantallas se pudieran ampliar llegando a dimensiones ideales para el aula. Este recurso era llevado por el docente y los alumnos comenzaron a disfrutar de nuevas formas de vincularse con el conocimiento a través de la interacción con un producto audiovisual. Más tarde, con el surgimiento de los canales por cable, el estudiante comienza a consumir documentales desde su hogar y aprende ciencia, historia y arte a través de programas dedicados a la producción de conocimiento. Pero fue *Internet* lo que hizo posible que las realizaciones audiovisuales producidas en todo el mundo, se puedan compartir para que cada uno las vea cuándo y dónde considere apropiado hacerlo.

La Educación Audiovisual es un campo de conocimiento en el que hace relativamente poco tiempo se ha comenzado a investigar, por ese motivo es escaso el material para su estudio en nuestro país. Hablar de consumos audiovisuales en los jóvenes y adolescentes, es hablar de Redes Sociales y entre ellas se encuentra la Plataforma *YouTube*, posicionada en los primeros lugares en cuanto a cantidad de usuarios. Antolín Prieto (2012), quien usa el análisis de contenido como estrategia, investiga cómo *YouTube* cambió para siempre los paradigmas de consumo de productos audiovisuales, con una propuesta abierta para que todas las personas puedan consumir, a la vez que producir videos para compartir en la comunidad virtual, ofreciendo a los usuarios una autonomía a la hora de elegir qué ver y cuándo hacerlo. Al respecto Antolín Prieto dice:

(...) el paradigma está evolucionando: antes veíamos la televisión y ahora estamos comenzando a disfrutar de experiencias, eliminando la programación lineal y privilegiando, por tanto, a los usuarios. En definitiva, el modelo de negocio de la

Industria Audiovisual está conociendo una transformación drástica que afecta a toda la cadena de valor. (2012, p.16)

*YouTube* es, sin dudas, una de las plataformas que obtuvo los mayores beneficios con la llegada de la *web 2.0*, generando un entorno en el que los usuarios pueden intervenir de forma real en la construcción de la comunidad virtual, esto posibilita consumir lo que cada uno prefiera, opinar sobre dichos productos, compartir los mismos fuera del sitio y aportar a la comunidad con sus propias creaciones.

Hay usuarios que producen contenidos esporádicamente y están aquellos que lo hacen de forma periódica, estos últimos son conocidos como los *Youtubers*. Hay *Youtubers* de todas las edades, estilos y las temáticas que abordan en sus videos son inmensamente variados y llegan a cubrir la demanda de intereses de todos los usuarios. Al respecto, cabe destacar la investigación de González Gómez, (2018) “Análisis de la narrativa audiovisual de los *Youtubers* y su impacto en los jóvenes colombianos”, en la que analiza la narrativa audiovisual de los *Youtubers* colombianos y el impacto que estos realizadores producen en los jóvenes frente al consumo y apropiación de sus contenidos. El autor concluye diciendo que:

“...el consumo de videos de los *Youtubers* en los jóvenes colombianos, podemos decir que tiene un papel importante en las relaciones que se presentan, ya que afectan a los comportamientos sociales de estos, reflejando la manera de ser y sentir de los llamados *Millennials*, una generación de hijos de la tecnología que viven vertiginosamente inmersos en *Internet*. [...] En el ámbito del video de los *Youtubers*, la narrativa audiovisual ha impactado a los jóvenes, quienes la ven innovadora y diferente”.  
(González 2018, pág. 301)

Por otro lado, García Jiménez et. al (2020) desarrollaron una investigación con el objetivo de conocer las preferencias de los jóvenes en cuanto a las plataformas digitales que frecuentan, los modelos de contenidos que consumen y el tipo de actividades que estos sitios les convoca a realizar. Los autores comentan al respecto que:

En particular, los medios sociales se han convertido en un elemento central en la vida digital de adolescentes y jóvenes, convirtiéndose en auténticos espacios para desplegar todo tipo de actividades, con códigos propios de comportamiento y diferenciación de significados, y con tendencia a la convergencia. (p. 281)

Y por último la investigación de Orellana y Salazar (2021), establece que hay una gran cantidad de videos en *YouTube* que forman parte de los recursos didácticos utilizados en el sistema educativo desde hace mucho tiempo y que éstos han revolucionado el modo de enseñar y aprender.

La diversidad de temas sobre lo que se busca aprender o saber a través de esta plataforma, ha ayudado a crecer *YouTube* como un canal de enseñanza viable. Se posiciona como uno de los métodos de aprendizaje favoritos de profesores y alumnos. Capaz de conseguir resultados académicos. Orellana y Salazar (2021, p. 20)

Citando a Pérez y Cuecuecha (2019, p. 37), agregan que “una mejora en calificaciones lograda utilizando videos de *YouTube* induce una mejora en la movilidad social de las personas” (2021, p.20). Concluyen que los alumnos utilizan la plataforma *YouTube*, consumiendo videos que consideran educativos y que les sirve para reforzar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico. Muchos de los *youtubers* son docentes y se los llama “*edutubers*”, por lo que poseen los conocimientos pedagógicos necesarios para la transmisión de los contenidos que sumados al estilo y dinámica propios de la plataforma, propician una modalidad de acercamiento al conocimiento que llama la atención de los adolescentes, ya que se combina entretenimiento y educación. Los autores de la investigación recomiendan que

debería ser incluido en las mallas educativas formales de primaria, el buscar información o conocimiento y añadir valor educativo a *YouTube*, para que los estudiantes vayan explorando la funcionalidad educativa y positiva que existe dentro de esta herramienta. La interrogante que dejan estas investigaciones es conocer el motivo esencial por el cual los jóvenes prefieren aprender mirando videos de *YouTube* en vez de leer un texto en un libro.

#### **4.5. Problema de Investigación**

Los jóvenes que hoy en día se encuentran en las aulas de las instituciones de educación secundaria, no están menos interesados en su educación que las generaciones de décadas anteriores, sino que forman parte de una realidad que es el resultado de cambios sociales y culturales que se han suscitado a gran velocidad, cuya asimilación no ha sido fácil para la generación de docentes que lleva más de una década y media desarrollando su tarea educativa. En la actualidad, la aplicación de nuevas formas de estudiar y aprender está relacionada con la inmediatez que caracteriza la vida de los jóvenes, porque son nativos digitales, son hijos del siglo XXI, son producto de este tiempo en el que todo tiene que ser concreto, al instante, aquí y ahora. Los contenidos educativos que brinda la Plataforma *YouTube*, se vienen posicionado desde hace varios años como auxiliares de los procesos de enseñanza y aprendizaje, porque dan respuesta a la búsqueda de información, de formas innovadoras de contactar con el conocimiento. Es importante para los docentes comprender las características que determinan la forma elegida por los estudiantes para vincularse con el conocimiento y repensar sus prácticas para que estas se puedan adecuar a la nueva realidad.

Este trabajo de tesis tiene como objetivo comprender los motivos por los cuales los alumnos de segundo y tercero de bachillerato de liceos de Melo, optan por el consumo de videos de la Plataforma *YouTube* con el fin de cubrir las demandas educativas y conocer a qué se debe la preferencia por el consumo de productos audiovisuales, dejando como segunda opción la lectura de los libros y textos indicados por los docentes, que se encuentran en las bibliotecas institucionales tradicionales o incluso en bibliotecas virtuales.

#### 4.6. Justificación

En los últimos años, a partir de la experiencia docente, se ha detectado que la utilización de los recursos audiovisuales en la dinámica de una clase, es de uso corriente. Esta práctica comienza a desarrollarse gracias al surgimiento de las tecnologías digitales que sumado a la llegada de *Internet*, generaron un vasto universo de material audiovisual educativo, que han sabido utilizar, tanto los docentes como los alumnos desde hace ya varias décadas.

Es pertinente recordar la emoción que significaba para los alumnos cuando en la década de los ochenta, el profesor llevaba a la clase el retroproyector o el proyector de diapositivas que aunque solo podían proyectar imágenes fijas, significaban una oportunidad de vivenciar una clase diferente con una experiencia sensorial que captaba la atención hasta de los alumnos menos interesados. Más adelante llegó el reproductor de video *VHS* y luego el *DVD*, generando la necesidad de que las pantallas de TV tuvieran que hacerse presentes en las aulas de las instituciones educativas, para convertirse en recursos didácticos muy valorados y que se relacionaban con estrategias de enseñanza consideradas innovadoras y modernas. Posteriormente, con el advenimiento del ordenador, surge el video proyector o cañón proyector, aportando la posibilidad de usar imágenes a mayores escalas, convirtiendo el aula en verdaderas salas de cine. En los últimos años del siglo pasado y primeros del siglo XXI, *Internet* llega a muchos hogares transformándose en un auxiliar de suma utilidad a la hora de realizar las tareas para la escuela o el liceo.

Es oportuno recordar el beneficio que en su momento tuvo Encarta, la enciclopedia multimedia digital publicada por *Microsoft Corporation* entre 1993 y 2009. Era recurso muy valorado que contenía unos 43.000 artículos en su versión en español, un libro digital que contenía información variada y confiable, acompañada de imágenes a color y del cual se podía copiar toda la información necesaria pudiendo además imprimirla y llevarla a la clase. Desde entonces, la cantidad de información contenida en la *web* fue creciendo exponencialmente, hasta llegar a niveles inabarcables que hoy día caracteriza la oferta de *Internet*.

En cuanto a las estrategias de estudio utilizadas por los estudiantes, la mayoría de los alumnos opta por buscar la información solicitada por sus docentes en sitios de *Internet*, en vez de acudir a las bibliotecas institucionales y obtenerla directamente de los libros que allí se encuentran. Muchas veces la información se copia, se pega y luego se imprime, dejando de lado la elaboración del resumen, técnica tradicional de estudio que según algunos investigadores en didáctica, contribuye en la comprensión del texto leído. “El resumen es un discurso que expresa la estructura conceptual que organiza jerárquicamente la información de las secuencias del texto base, representando así la coherencia global del mismo” Kaufman y Perelman (1999). Cabrera-Torres, Chacón-Luna y Vera-Paredes (2015), citado por Orellana y Salazar (2021) señalan al respecto que:

Es alarmante el uso incorrecto por parte de la población escolar del copiado y pegado de datos de internet, al realizar las tareas escolares, de manera que se pierde el valor que tiene esta gran red como instrumento necesario para los fines educativos, culturales y sociales. (p. 58)

La mayoría de las veces ese material llega a la clase sin haber sido leído previamente, lo que significa que no se lo puede considerar un aporte para el proceso de aprendizaje. Pero los hábitos referentes a la búsqueda de información utilizados por los alumnos, está cambiando en estos últimos años y en este trabajo interesa particularmente ese grupo de alumnos que viene creciendo considerablemente y que emplea estrategias de estudio diferentes a las mencionadas anteriormente. Se trata de estudiantes que utilizan otras habilidades para abordar la información que encuentran en la *web* y esto parece ir generando un entrenamiento para realizar las búsquedas, llevándolos a obtener resultados que ellos consideran de utilidad. Es interesante destacar que entre estos últimos, hay también alumnos que acuden a la clase sin ningún material impreso y tampoco toman apuntes y sin embargo sus participaciones orales se destacan con respecto a la de los compañeros que llevan algún tipo de registro. Al preguntarles cómo han obtenido esa información, una de las respuestas más recurrentes es: “mirando videos en YouTube”.



Los resultados de este trabajo de investigación, podrían significar un aporte de datos relevantes para el diseño de propuestas educativas, con el objetivo de desarrollar las competencias necesarias para la alfabetización digital y la educación audiovisual. También, busca aportar una visión actualizada, que contiene la opinión de los propios estudiantes sobre la forma en la que ellos prefieren realizar el abordaje de los conocimientos, siendo esta información un aporte a considerar por parte de los docentes a la hora de fundamentar sus prácticas, cuando su desempeño es evaluado por las Inspecciones de asignaturas. Por otra parte, podrían ser un insumo a considerar para los docentes a la hora de analizar sus prácticas y valorar sus estrategias de enseñanza. Significa un aporte que contiene información para los equipos de Dirección de las instituciones de enseñanza, que podría brindar datos de relevancia para la toma de decisiones sobre las inversiones más convenientes en cuanto a los recursos didácticos que puedan ser más útiles para la educación de hoy y del futuro.

*YouTube* es una plataforma muy versátil y ofrece contenidos para cubrir las más diversas demandas de todos los usuarios del mundo. En la actualidad se hace presente en la vida de los individuos no por un descubrimiento o elección propia, sino como algo propuesto por los padres o personas muy allegadas. Es frecuente ver a niños cada vez más pequeños, con los celulares de sus padres, mirando videos en *YouTube*. Cuando los adultos necesitan realizar alguna actividad y están al cuidado de sus niños, abren la aplicación y buscan videos de los personajes de animación favoritos del niño y les prestan sus celulares. Hay bebés que aún no llegan al primer año de edad, y ya saben cómo pasar al video siguiente.

Es tanta la diversidad de videos que hay en la plataforma de *YouTube*, que actualmente, los padres lo usan como método de distracción y entretenimiento para sus hijos desde muy temprana edad y rápidamente el niño va adquiriendo las competencias necesarias para realizar sus propias búsquedas y elecciones. A medida que una persona crece se fija en peculiaridades para elegir y ver un video en específico. Orellana y Salazar (2021, p. 19)

Independientemente de la edad, *YouTube* ofrece contenidos de interés para todos. No solo se encuentran múltiples ofertas de entretenimiento, sino que hay videos que enseñan a cambiar el filtro de la nevera, a colocar o quitar un taco fischer de la pared, a cortarse el propio cabello o conocer todos los *tips* cuando se desea realizar un viaje turístico a cualquier destino que se quiera conocer, así se trate de los menos populares y visitados. Parece que todo lo que se necesita saber, definitivamente está allí.

Según Jiménez y Gaitán (2013), citado por García Jiménez et al. (2016),

According to Jiménez and Gaitán (2013), adolescents also use Vlogs and platforms such as YouTube as a source to widen their knowledge. It could almost be stated that they become a new type of classroom, in which divergent forms of learning are suggested. Adolescents use these audiovisual spaces to receive instruction and information about all manner of activities, even in relation to formal teaching. [Adolescentes también utilizan Blogs y plataformas como *YouTube* como fuente para ampliar sus conocimientos. Casi se podría afirmar que se convierten en un nuevo tipo de aula, en la que se plantean formas divergentes de aprendizaje. Los adolescentes utilizan estos espacios de contenidos audiovisuales para recibir instrucción e información sobre todo tipo de actividades, incluso en relación con la enseñanza formal]. García Jiménez, García y López de Ayala (2016, p. 70)

Consumir productos audiovisuales en plataformas como *YouTube*, se ha convertido en una actividad social aceptada y practicada por la gran mayoría de las personas. Existen diferentes razones por las cuales se realiza esta práctica, los objetivos son muy diferentes, pero la oferta que allí se encuentra es tan vasta, que la gran mayoría de los usuarios terminan encontrando lo que buscaban, por lo que regresan a la plataforma una y otra vez. *YouTube* es parte de la vida cotidiana de la mayoría de las personas activas en el mundo digital, prueba de

ello es que la aplicación de *YouTube* viene instalada como predeterminada tanto en *smartphones*, *tablets* y los *smart TV*.

#### **4.7. Factibilidad**

Realizar una investigación sobre educación teniendo como profesión la docencia, supone moverse en un territorio conocido, que brinda ciertas ventajas. En referencia a la muestra, la misma es seleccionada entre los jóvenes de segundo y tercero de bachillerato que ocupan las aulas de las instituciones educativas de la ciudad donde se desarrolla la actividad laboral (Liceos públicos 1 y 2 y los liceos privados, Colegio Yvynará y Colegio María Auxiliadora) y los docentes son los compañeros de trabajo con los que se lleva adelante esta carrera profesional.

El tema elegido para realizar la investigación, está estrechamente ligado con la educación, porque tiene que ver con las demandas actuales en cuanto a las estrategias necesarias para pensar y elaborar propuestas de enseñanza que logren atraer la atención de los estudiantes. Es necesario conocer el mundo particular, es decir el entorno y las singularidades del mundo adolescente, para poder tomar de él, los elementos que aporten insumos para diseñar propuestas educativas que despierten el interés por vincularse con los contenidos de los programas educativos de las distintas asignaturas.

Los tópicos o categorías conceptuales que conforman la estructura del marco teórico, son todos de gran actualidad y relevancia para la educación del siglo XXI: educomunicación, alfabetización digital, educación artística, educación visual y educación audiovisual, cultura visual y *YouTube*. Hay una vasta y variada bibliografía que facilita el abordaje del tema generando quizás la desventaja, de requerir de un tiempo de lectura demasiado extenso, inabordable si se pretende consultar toda la bibliografía existente. Por ese motivo se ha debido seleccionar la bibliografía de referencia, sabiendo que probablemente han quedado fuera de este trabajo, autores con aportes muy valiosos.

#### 4.8. Objetivo general

Conocer los hábitos de consumos audiovisuales en la plataforma *YouTube* de alumnos de bachillerato de los liceos de Melo, en los que el objetivo de los mismos sea exclusivamente educativo. Analizar y determinar cuáles son los motivos que lleva a esta práctica o modalidad de estudio y así poder comprender sus elecciones y preferencias. Valorar la opinión de los docentes con respecto a la utilización cada vez más frecuente de productos audiovisuales en los procesos de enseñanza - aprendizaje.

#### 4.9. Objetivos específicos

- Determinar si los alumnos de bachillerato de liceos de Melo, tienen como hábito el consumo de contenidos de *YouTube* a la hora de estudiar para sus cursos de secundaria.
- Conocer la opinión de los alumnos con respecto a la utilización del video como recurso a emplear a la hora de estudiar.
- Distinguir las apreciaciones que hacen los estudiantes sobre sus aprendizajes, cuando utilizan este recurso en lugar de los tradicionales.
- Identificar cuáles son las características que ellos consideran necesarias en un video de *YouTube*, para que este sea útil a sus propósitos.
- Conocer la valoración que hacen los docentes con respecto a estas prácticas.
- Identificar aspectos relacionados a la utilización por parte de los docentes, de los contenidos que brinda *YouTube*, como recursos didácticos para sus clases.

#### 4.10. Preguntas relativas a los objetivos

- ¿Por qué muchos jóvenes prefieren en general ver un video, en lugar de leer un texto cuando se trata de estudiar para sus clases de los cursos de secundaria?
- ¿A qué se debe este hábito juvenil de estudiar mirando videos en *YouTube*?
- ¿Por qué algunos alumnos aprenden mejor mirando videos que consultado un texto?
- ¿Los contenidos que se encuentran en la plataforma *YouTube*, cubren las demandas de todas las búsquedas que realizan los alumnos?
- ¿Los profesores de alguna manera estimulan la utilización del video como recurso de estudio desde sus propuestas de clase?
- ¿Los docentes utilizan contenidos audiovisuales como parte de sus recursos didácticos?
- ¿Cómo valoran la participación de los alumnos que utilizan los contenidos de *YouTube* como fuente de información, con el objetivo de vincularse con los conocimientos que deben adquirir para realizar aportes en la clase? ¿Logran aprendizajes significativos?

## CAPÍTULO II

### 5. MARCO TEÓRICO

Audiovisual es un término que hace referencia a la combinación de imágenes y sonidos que conforman un producto, que para ser percibido y apreciado, se debe utilizar los sentidos de la vista y el oído simultáneamente. Producción audiovisual, Arte Audiovisual, Educación Audiovisual y Comunicación Audiovisual, son términos que se emplean muy a menudo en la actualidad y están vinculados a diversas áreas, entre las que se destacan la publicidad, el entretenimiento, la comunicación, la información y también la educación. El audiovisual es una entidad con lenguaje propio y específico que se ha convertido en un producto de alto consumo por parte de la gran mayoría de las personas de todo el mundo, convirtiéndose en una herramienta muy útil a la hora de comunicar, enseñar, aprender, conocer, informar y compartir todo lo imaginable y hasta lo que trasciende los límites de la imaginación.

Para realizar una investigación en educación audiovisual, es necesario entender algunos conceptos fundamentales, ya que estos forman parte de la estructura que la conforma.

#### 5.1. Educomunicación

En primer lugar se analiza el concepto y desarrollo de la educomunicación, para poder entender cómo se va transformando la relación entre educación y comunicación y cómo se van incorporando los recursos propios de la comunicación en la tarea de enseñar. En la obra titulada: Educomunicación: más allá del 2.0, Aparici (2010) se establece que:

La educomunicación implica la interrelación de dos campos de estudios: la educación y la comunicación. Se la conoce también como recepción crítica de los medios de

comunicación, pedagogía de la imagen, didáctica de los medios audiovisuales, educación para la comunicación, educación mediática, etc. (p. 9)

### 5.1.1 Desarrollo y evolución

Según Coslado (2012) no es una tarea fácil concretar el origen y la evolución de un campo de estudio que considera heterogéneo y plural como lo es la educomunicación, a lo que agrega:

La educomunicación ha sido abordada desde diferentes concepciones teóricas con varias líneas de desarrollo en su aplicación práctica. A pesar de esta dificultad, la literatura especializada toma una serie de referentes para estudiar los fundamentos de la educomunicación o *media literacy*: la experiencia educativa de Célestin Freinet y el libro *Culture and Environment* de Frank Raymond Leavis y Denys Thompson. (p. 158)

Célestin Freinet y su innovadora experiencia realizada en la década de los años veinte y treinta del siglo pasado, se desarrolla brevemente en el apartado: el lugar del docente. En cuanto al libro “*Culture and Environment*” de Leavis y Thompson, escrito en 1933 en Gran Bretaña, Coslado (2012) citando a Masterman (1993) dice lo siguiente:

(...) este libro «constituyó una llamada de alerta a la resistencia frente a la influencia de la «civilización», de la que una de las manifestaciones que más corrompía eran los *mass media*». Testigos de un mundo cada vez más cambiante y ante lo que ellos consideraban la decadencia social y moral de la sociedad inglesa – causada, en parte,

por la influencia de los medios de comunicación de masas –, los autores reclamaban a los profesores de lengua una serie de cambios en las prácticas educativas, con el fin de preservar los valores culturales tradicionales. (p. 159)

Durante la década de los setenta, la UNESCO toma las riendas del interés por las políticas de la comunicación fundamentalmente para analizarla como un factor de desarrollo y crecimiento económico en los países con economías menos favorecidas. Se realizan reuniones internacionales convocando a expertos de diferentes países. Por su parte, en 1973 el Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) establece su definición para la educación en materia de comunicación.

En la década de los ochenta fue cuando se institucionalizó a nivel mundial este campo de estudio. A principios de la década de los noventa, UNESCO Y UNICEF, convocan a expertos latinoamericanos para hablar de educomunicación, los que determinan que:

educomunicación incluye, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (CENECA/UNICEF/UNISCO, 1992, citado por Aparici 2010. p. 9).

Se trata de un movimiento educomunicativo que se basa en los principios de la pedagogía crítica de Paulo Freire y el objetivo es introducir en los sistemas de enseñanza primaria y secundaria el análisis, estudio y prácticas de los medios de comunicación. Se generaron movimientos a nivel local, luego regional que finalmente estuvieron ligados al área idiomática: anglosajón, iberoamericano y nórdico, siendo las dos primeras las que mayor desarrollo obtuvieron y dando como resultado diferentes denominaciones de acuerdo a las regiones: educación en materia de comunicación, didáctica de los medios, comunicación



educativa, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, en el contexto iberoamericano, y *media literacy* o *media education*, en el contexto anglosajón. Según Coslado (2012) se pueden identificar distintos enfoques educomunicativos que corresponden no solo a una determinada concepción y práctica de la educación, sino también a una determinada concepción de la sociedad, estableciendo que:

Mientras que las expresiones anglosajonas centran su atención en el manejo instrumental de los medios, las denominaciones utilizadas en el contexto iberoamericano hacen referencia a planteamientos dialógicos cercanos a la pedagogía crítica. De este modo, observamos un enfoque educomunicativo instrumental centrado en el manejo de la tecnología, por un lado, y la educomunicación entendida como proceso dialógico, por otro. (2012, p. 163)

Esto significa que para Coslado (2012) el modelo anglosajón promueve una educomunicación instrumental, basada en lo informativo – transmisivo que se corresponde con el modelo educativo bancario por estar basado en planteamientos conductistas, al centrarse principalmente en el adiestramiento para el manejo de la tecnología o de los medios. “Los educadores son concebidos como una especie de expertos tecnólogos, cuyo objetivo implícito es convertir a los educandos en operadores técnicos”. (Coslado, 2012, p. 163). El problema que visualiza Aparici (2010) radica en que:

(...) en los últimos años se ha impuesto a través de la industria del conocimiento una forma determinada de entender y estudiar la educomunicación. A partir de la globalización de la economía y de las tecnologías de la información y de la comunicación (fines de los ochenta e inicios de los noventa del siglo XX), se

estandarizaron y expandieron los modelos anglosajones que se convirtieron en el pensamiento hegemónico para abordar este campo de estudios. (p. 11)

A lo anteriormente dicho, agrega que:

El desarrollo y ocaso de la educomunicación entre los años setenta y fines de los noventa es inversamente proporcional con la expansión de las nuevas tecnologías y al desarrollo de paradigmas economicistas que se trasladan al mundo de la educación. Los audiovisuales, el estudio de la televisión, el cómic, la prensa, el video fueron sustituidos por aulas de informática y los modelos de formación que comienzan a ponerse en práctica oscilaban, mayoritariamente, entre el tecnicismo y la tecnocracia con el uso de los ordenadores en las escuelas. (Aparici, 2010, p. 11)

En este caso el lineamiento de pensamiento educomunicativo iberoamericano se ve desvanecido frente al modelo anglosajón y tendrán que pasar algunos años más para que el modelo iberoamericano vuelva a cobrar vigor e imponerse como modelo ideal para lograr una educomunicación basada en el diálogo, la reflexión y la crítica.

A fines de la década de los noventa y principios del siglo XXI, el mundo está ya inmerso en las nuevas tecnologías de la comunicación. La educación se ve afectada y debe adaptarse a la virtualidad y a las tecnologías digitales de la comunicación. “Estas tecnologías digitales permiten desarrollar aspectos nunca abordados hasta ahora en la educomunicación como son la interactividad, la inmersión, la participación o la convergencia” (Aparici, 2010, p. 12)

### 5.1.2. Características de la educomunicación

En cuanto a los principios pedagógicos de la educomunicación en la concepción iberoamericana, como se mencionara anteriormente, está basada en la pedagogía de Paulo Freire. Se considera de vital importancia el empleo del diálogo en los procesos de enseñanza-aprendizaje, entendiendo por comunicación dialógica desde la concepción de Freire (1973) que citado por Aparici (2010) lo define de la siguiente manera:

Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación, constante, de la realidad. Ésta es la razón por la cual, siendo el diálogo contenido de la propia existencia humana, no puede contener relaciones en las cuales algunos hombres sean transformados en seres para otros. (p. 13)

En esta definición queda claramente manifestada la oposición de Freire frente a la pedagogía conductista o educación bancaria, contra la que luchó y fundamentó en su “Pedagogía del oprimido” de 1968. Aparici (2010, p.13) opina que realizar una relectura de la obra de Freire en la actualidad, puede brindar “pistas para restablecer las relaciones entre los interactuantes de la educación y de la comunicación en el contexto digital”. En la comunicación digital, estos diálogos se pueden dar en el sentido de horizontalidad que planteaba Freire, ya que se construyen entre los diferentes participantes que realizan el abordaje del conocimiento o información que allí se comparte, ya sea desde el rol de productor o consumidor. En este caso, el consumidor no es un mero espectador del contenido, sino que realiza una devolución reflexiva y crítica que es esperada y sustancial para guiar las futuras producciones. Es un diálogo interactivo en el que cada opinión o comentario es relevante para quien ha generado el contenido y el resultado de ese diálogo es “transformador”, afectando a todos los participantes por igual. Para Freire no existe la tradicional división del proceso comunicativo, entre emisor y receptor en el que el primero sería activo y el segundo pasivo,

sino que, por el contrario, al ser una comunicación dialógica e interactiva, todos los participantes son igualmente activos.

Con respecto a la participación activa en el proceso educativo y comunicativo, el argentino Mario Kaplún citado por Aparici (2010, p. 16) sostiene lo siguiente:

Como se ha visto, tiene que ser así, participativo, no solo por una razón de coherencia con la nueva sociedad democrática que busca construir, sino también por una razón de eficacia: porque sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento (Kaplún, 1998).

Pero las tecnologías digitales por sí solas al servicio de la educación, no son garantía de una educación basada en una comunicación dialógica e interactiva. “Las tecnologías digitales pueden servir para ofrecer más de lo mismo, es decir repetir el uso de viejas concepciones pedagógicas envueltas en un barniz de modernidad digital” (Aparici, 2010, p.18). Hay otros autores que opinan de igual manera y vale destacar las palabras de Kaplún (1992), citado por Aparici (2010, p. 18) donde dice que:

(...) Una enseñanza suele autocalificarse de moderna cuando despliega aparatos y recursos audiovisuales; y de más moderna aún si enseña a distancia, a través de medios. Pero, cuando se examina la pedagogía que subyace en el interior de sus productos, resurgen bajo el vistoso y coloreado maquillaje las arrugas del viejo y glorioso modelo vertical. Los mensajes son casi siempre expositivos y cerrados sobre sí mismos, sin resquicios para la reflexión crítica ni la participación de un educando concebido como un receptor pasivo al que se le invita a sentarse, mirar en silencio y aprender lo que

ellos conducen. Creyendo “usar y aprovechar” los medios, lo que esta tecnología educativa ha hecho, en realidad, es someterse a la lógica de estos: adoptar acríticamente su modalidad unidireccional sin buscarle alternativas. Así, lo que aparentó ser un avance, una modernización de la enseñanza – asociada a las nuevas tecnologías electrónicas- se tradujo, evaluando en términos pedagógicos, en un estancamiento e incluso en un retroceso.

### 5.1.3. El lugar del alumno

La educomunicación como se concibe en la actualidad, brinda las herramientas necesarias para concebir una pedagogía innovadora, basada en una comunicación dialógica e interactiva en el que los distintos actores se vean inmersos activamente en sus procesos de enseñanza-aprendizaje. Ejemplo de esto es la creación, construcción y participación en *blogs*, *wikis*, redes sociales y *YouTube* de personas y entidades involucradas con los sistemas educativos. Estos sitios se encuentran en el ciberespacio y se van conformando con la participación y el aporte de muchos actores que cumplen diferentes roles; están los creadores y productores de contenidos y los consumidores que comentan, opinan, sugieren, debaten y muchos de ellos terminan tomando la decisión de realizar sus propias creaciones, convirtiéndose así en prosumidores. Aparecen nuevos conceptos para describir a las nuevas generaciones que se apropian de estas tecnologías digitales para incorporarlas no solo a su educación, sino a todos los aspectos de sus vidas. Aparici (2010) los define de la siguiente manera:

A fines del siglo pasado a los jóvenes se los llamaba generación Net o la generación conectada, la generación de la *web*. El nombre era un signo de adhesión al ciberespacio, a la revolución numérica que caracterizaba a estos tiempos y con el

nacimiento y desarrollo de cibercafés. Poco después a partir de Prensky, se los llamó nativos digitales, generación 2.0 y se los asociaba con los videojuegos, con los escolares que van a buscar información y ligues en *Internet*, con pasar más tiempo delante de la pantalla de un ordenador que frente a los libros. (p. 20)

En el momento en el que Aparici escribe esto, año 2010 establece que se está al inicio de una modalidad comunicativa y tecnológica que va más allá del 2.0 y que el objeto de estudio, investigación y producción de la cultura digital, tiene lugar, principalmente fuera del aula.

(Hopenhayn y Ottone, 2000, como se citó en Huergo, 2010, p.74), establecen que “Las nuevas ramas de las industrias culturales de tipo multimedia alteran de manera sustancial el desarrollo de las capacidades intelectuales y el acceso a la información por parte de niños y jóvenes en edad escolar”. Con respecto al alumno que había sido considerado por mucho tiempo como un cubo vacío al que se debía llenar de información y conocimiento y al que se ubicaba en el lugar de receptor pasivo en el tradicional esquema de la comunicación, pasa ahora a cumplir un rol de receptor muy diferente.

(...) el receptor es muchas veces, consumidor y productor a la vez (o cuando menos, un consumidor activo o procesador de información); porque está obligado a desarrollar habilidades intelectuales para poder manejar y absorber los nuevos bienes culturales; y porque debe aprender a discernir y seleccionar entre una gama muy amplia de oferta formativa e informativa. (Huergo 2010 p. 75)

En la actualidad, se está hablando de la *web* 4.0, dejando atrás a la *web* 3.0 cuyo término “(...) apareció por primera vez en 2006 en un artículo de Zeldman, crítico de la *web* 2.0. Esta *web* fue operativa desde el 2010”. (Latorre, 2018, p.4). Si la *web* 2.0 se caracteriza

por la posibilidad de interactuar con personas de todo el mundo a través de redes sociales, *blogs*, *wikis*, etc., la *web 3.0* se caracteriza por la posibilidad de recabar datos sobre la actividad desarrollada por cada uno de los usuarios, cuando navegan en el ciberespacio. Al respecto, Latorre (2018, p. 5) menciona lo siguiente:

La *web 3.0* está muy asociada al concepto de personalización. Ofrece un flujo de información y de contenidos adaptados a nuestros gustos y preferencias. ¿De dónde sacarán los motores de gestión de datos, información sobre nuestros gustos? De nuestra actividad en la red que, como sabemos, deja un importante rastro a modo de fotos, opiniones, tendencia de búsqueda, viajes, etc.

La *web 4.0* comenzó en 2016 y la tecnología que ofrece brinda al usuario la posibilidad de interactuar con el dispositivo casi como si estuviera interactuando con otro ser humano. Basta que haga una búsqueda sobre una determinada ciudad del mundo, cuando en pocos segundos comenzarán a aparecer en sus redes sociales ofertas turísticas sobre ese lugar. Solo con mencionar en voz alta frente a un amigo que sería bueno compartir una pizza, será suficiente para que comiencen a llegar avisos publicitarios de restaurantes con una propuesta gastronómica italiana. No caben dudas, de que los dispositivos (celulares y computadoras) que utilizan las personas todos los días mientras realizan las actividades cotidianas, son dispositivos inteligentes capaces de captar las emociones, gustos, deseos y miedos de los usuarios, con el propósito de ofrecer un producto que contemple las necesidades del individuo. Este es el entorno virtual en el que habitan los adolescentes, el lugar donde permanecen más tiempo que en el mundo material. Con ese bombardeo de información, propuestas, ofertas, invitaciones, etc., es que debe competir la educación. Abstraerlos del ciberespacio y situarlos en el aula, no es para ningún docente una tarea sencilla.

#### 5.1.4. El lugar del docente

Cuando se habla de pedagogía innovadora, siempre se piensa en primera instancia en los beneficios que ésta pueda tener para el estudiante, pero el docente es quien debe generar esa innovación y por eso mismo es el pilar fundamental para lograr los cambios. Haciendo referencia a ese tema, Daniel Prieto Castillo (2010), realiza una reflexión en relación al lugar que ocupa el docente en la educomunicación y cómo la incorporación de las tecnologías de la comunicación en la educación, han sido beneficiosas para la expresión de los docentes. En primer lugar, establece que socialmente, hay diferencias de reconocimiento entre lo que significa ser docente en los distintos subsistemas. Un profesor universitario es visto como si tuviera mayor jerarquía social que un maestro de educación primaria o un profesor de enseñanza secundaria. Pero a la interna del ambiente universitario, se suscitan grandes diferencias entre sus docentes, dividiéndose entre el grupo de los que investigan y escriben sobre los conocimientos que adquieren, aportando a la comunidad pedagógica educativa y por otro lado, están aquellos que se limitan a reproducir en sus clases las palabras de otros. Este investigador opina que todo docente debería enseñar desde su perspectiva, desde su estilo y experiencias y no ser un mero transmisor de lo establecido por sus antecesores o compañeros. Según su criterio, todo profesor debería realizar registros de las estrategias de enseñanza que utiliza para acompañar los procesos que llevan a la adquisición del conocimiento de sus alumnos y compartirlas con el colectivo docente. También realiza una crítica a las exigencias del sistema en cuanto al estilo de escritura que se usa para esos registros. Manifiesta no estar de acuerdo con la escritura académica, por ser esta muy despersonalizada y no brindar la oportunidad de escribir en primera persona y compartir experiencias de prácticas educativas desde una expresión más subjetiva. (Borges, como se citó en Castillo, 2010, p. 38) lo resume en las siguientes palabras:

“La triste lectura universitaria”. En esa línea hablamos también de la “triste escritura universitaria”. El viejo discurso obligó a una forma de comunicación vaciada de subjetividad. Un texto que se preciara de tal en esos ambientes debía caracterizarse por su despersonalización, nada de incluir la primera persona, nada de anécdotas, nada de



adjetivaciones... Revisen los manuales de redacción de tesis, por dar un ejemplo bastante difundido a escala de nuestra región.

Haciendo un recorrido por la profesión docente manifiesta que a finales de la década de los noventa estaban lejos de soñar con espacios que permitieran una expresión más libre y subjetiva como por ejemplo el *blog*, las *wikis* o impartir un curso a través de *Moodle*. Por eso considera que las herramientas que brinda al docente, la educomunicación es el “reverdecer de las subjetividades”.

Lejos estábamos de imaginar que la red se abriría como en una primavera al reverdecimiento de las subjetividades, porque es eso lo que vivimos en la actualidad: voces que no sólo hablan de los temas importantes para la educación, sino que hablan de sí mismas, de sus experiencias y relaciones, de sus contextos, de sus culturas. Y es aquí donde la red se torna maravillosamente imprevisible. Este tiempo nuestro, atravesado por el universo virtual, ha abierto una infinita trama de caminos para recuperar voces, sentires y experiencias de quienes hacemos a diario la educación en nuestros países. Las viejas legitimaciones, todavía presentes, irán cediendo terreno barridas por lo que significa aquella expresión de un memorable libro de los ochenta: un solo mundo, voces múltiples (Castillo, 2010, p. 39).

La importancia del docente innovador y usando los medios de comunicación como herramienta para lograr pedagogías creativas y motivadoras, es analizada por Mario Kaplún (2010). Considera que para reflexionar sobre este tema es pertinente realizar un breve recorrido por la historia de la educación desde la perspectiva de la utilización de los medios de comunicación como herramienta didáctica. En ese sentido estima que todo comienza en la década de los años veinte, 1924 para ser más exactos, en una escuelita de un pueblito del sur

de Francia, con un joven maestro llamado Célestin Freinet. No es posible desarrollar la historia de Freinet en este trabajo, pero en resumen se trató de un joven maestro, ex combatiente de la primera guerra mundial, al que una herida en su pulmón le había dejado secuelas serias que afectaron su sistema respiratorio. Freinet era docente en una escuela rural, en la que un solo maestro debía hacerse cargo de alumnos que cursaban distintos niveles, todos reunidos en el mismo tiempo pedagógico en un aula única. La salud de Freinet no le permitía mantener el ritmo necesario para trabajar con los alumnos de los distintos niveles al mismo tiempo, por la demanda de energía que ello supone. Preocupado por cumplir con su trabajo y consciente de que mantener a los alumnos realizando lecturas y respondiendo cuestionarios, no brindaba a los estudiantes un campo fértil y motivador para el aprendizaje, se puso a investigar para poder descubrir la manera de generar una propuesta educativa que pudiera llevar adelante con su quebrantada salud y que sobre todo fuera interesante para los alumnos. Su trabajo es resumido en las siguientes palabras de (Kaplún, 1998, como se citó en Coslado, 2012, p.158)

Convencido de la necesidad de transformar el sistema educativo, introdujo por primera vez en la historia un medio de comunicación en el ámbito escolar. La acción pedagógica puesta en práctica a través de la imprenta escolar permitió transformar los métodos memorísticos y mecánicos basados en la transmisión de contenidos por otros más acordes a la vida y la curiosidad de los educandos. Estos, motivados por la necesidad de conocer la realidad social para poder comunicarla a través del periódico escolar, aprendían por medio de la comunicación (Kaplún, 1998). El método del periódico escolar se extendió por distintas escuelas de otras regiones francesas y aún hoy se mantiene vigente tanto en Francia como en otros países.

Freinet logró un gran cambio en la perspectiva educativa de sus alumnos, éstos aprendían haciendo, investigando, buscando información por sus propios medios, compartiendo con sus pares y con los demás actores sociales como familiares y vecinos.

Comenzaron a descubrir el mundo que los rodeaba y quisieron contar en ese periódico escolar lo que habían aprendido, generando la necesidad de desarrollar diversas habilidades, pero fundamentalmente la habilidad comunicativa. Integrar un medio de comunicación a la educación fue algo muy innovador para la época y sin saberlo, Freinet estaba abriendo la puerta hacia un camino que condujo a un futuro en el cual se ha analizado, discutido y teorizado mucho sobre cómo integrar los medios de comunicación a la educación. Algunos teóricos han argumentado en contra de esta integración y otros a favor. Masterman (2010), en su libro “La enseñanza de los Medios de Comunicación” decía:

Naturalmente, no es sólo el tiempo que dedicamos a los medios lo que los hace significativos; los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son Empresas de Concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo sino maneras de verlo y entenderlo. (p. 18)

Los Medios de Comunicación llegaron para quedarse, fueron prosperando y generando cambios y transformaciones en la vida de las personas y la educación no quedó exenta de su influencia. Nuevos conocimientos fueron necesarios para atender estas tecnologías que comenzaron a evolucionar a una velocidad nunca vista hasta entonces y nuevas propuestas educativas debieron surgir para cubrir esas demandas.

#### **5.1.5. Resumiendo Educomunicación**

Educación y comunicación han estado siempre estrechamente vinculadas, ya que no se puede educar sin comunicar. Las tecnologías que han surgido a lo largo de la historia fueron modificando las formas y estilos de vida, afectando en todos los sentidos, la cotidianeidad de los seres humanos. La comunicación junto a la ciencia y el transporte, son los aspectos que más cambios y evolución han sufrido por la incorporación de las tecnologías. Es justamente

la comunicación la que va a generar una influencia cada vez más intensa en la educación, afectando las formas de educar y el estilo de las prácticas pedagógicas. La educación nunca estuvo aislada y siempre utilizó elementos en su desarrollo, que fueron en un momento considerados externos a ella. Por ejemplo:

En América Latina, la educación a distancia a principios del siglo XX, gracias al empleo de impresos como soporte y al correo convencional como canal de distribución, que empleaba lapsos de tiempo prolongados en ir y venir de documentos. A ese momento inicial sucederían tres etapas identificadas con grandes innovaciones tecnológicas en el campo de las comunicaciones: la de los medios de comunicación de masas (en especial radio y televisión); la de la instrucción programada, cuya base teórica fue el conductismo plasmado en el movimiento de la tecnología educativa y su soporte técnico, el ordenador; y más recientemente la era de las redes, apoyada en el uso de *Internet* y en general de los recursos de la convergencia, que poco a poco ha ido configurando la noción de nuevos ambientes de aprendizaje. (Druetta, 2010, pp. 108-109)

En cuanto a los modelos de comunicación educativa, están los tres propuestos por Kaplún:

- el bancario en el que el alumno es considerado un lugar o recipiente donde el docente deposita el conocimiento. Lo vincula con las tecnologías de los medios de comunicación de masas, fundamentalmente la televisión, con la cual la persona se relaciona al momento en el que se posiciona delante de ella y se limita a recibir la información que desde allí se emite.
- Luego está el modelo centrado en los efectos, a lo que Duretta (2010) hace referencia como:

(...) la enseñanza individualizada, que orienta a los alumnos receptores hacia el tipo de educación, que tiende a la automatización del proceso asistida por instrumentos tecnológicos como los ordenadores. La perspectiva acierto o error son el final del túnel de los conocimientos que se buscan evaluar (p. 114).

- Finalmente está la educación transformadora, inspirada en la pedagogía de Paulo Freire y su educación dialógica en la que los educandos tienen una participación activa en la construcción de sus conocimientos. En esta última es donde tienen cabida las nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC), ya que estas brindan la oportunidad de un diálogo interactivo, participativo y por tanto transformador. Es aquí donde se encuentra o dónde se debería encontrar la educación hoy día y el desafío es usar las tecnologías digitales como un instrumento fortalecedor de la educación.

Según Martín (2010, p. 171), “La convergencia de informática, telemática y medios de comunicación de masas, ha dado lugar a importantes cambios en la transmisión de la información y creación del conocimiento”

La educación formal se ha visto obligada a replantear sus estrategias de enseñanza-aprendizaje, para poder competir con el mundo de la comunicación y la información en el que está inmerso el alumno cuando está fuera de la institución educativa o fuera del aula. Es por esto que se han sucedido en las últimas décadas, cambios recurrentes en las propuestas programáticas en los distintos subsistemas de la educación nacional. La incorporación de propuestas que implican el análisis de los medios de comunicación, el conocimiento de los nuevos lenguajes y medios, así como también de la producción audiovisual, es un claro ejemplo de que se pretende llegar a una auténtica educomunicación.

A modo de mencionar algunos de los más destacados, se incluyen en el área de la Educación Artística, contenidos específicos en los programas de educación primaria como por ejemplo: los géneros y el lenguaje televisivo y publicitario (estética e intenciones de los mensajes), el cine como recreación de una sociedad, el lenguaje cinematográfico, entre otros.

El surgimiento de CINEDUCA, forma parte de la UAPA (Unidad Académica de Pedagogía Audiovisual) del Consejo de Formación en Educación, tiene como objetivo vincular a los estudiantes de las distintas carreras docentes con el mundo de la producción audiovisual, no solo a través de la creación, sino también a través del conocimiento del lenguaje y su potencial expresivo, así como también promoviendo el análisis y la reflexión.

En Secundaria, el Bachillerato Artístico, tiene una asignatura específica en 6to año, llamada Lenguaje, Comunicación y Medios Audiovisuales (LCyMA), a la que hace referencia Pereira (2018), estableciendo que el antecedente de la asignatura LCyMA, se encuentra en el Plan Experimental de la Transformación de la Educación Media Superior (TEMS) del año 2003, en el cual había una asignatura optativa en 6º año de la orientación Artes y Comunicación, llamada Taller de Producción Audiovisual. Con la reformulación de los planes educativos de educación secundaria del año 2006, se crea una nueva diversificación para bachillerato. A las tres orientaciones tradicionales: científica, biológica y humanística, se suma la diversificación artística. Aparece por primera vez en la historia de la educación uruguaya una asignatura curricular que tiene como objetivos:

(...) formar individuos críticos y receptores activos que sepan decodificar los mensajes multi-mediáticos, analizar los procesos de comunicación reflexionando sobre sus dimensiones culturales e ideológicas, comprender el funcionamiento y uso de las tecnologías aplicadas a la comunicación y la información, estimulando actitudes reflexivas y críticas sobre las mismas, interpretar y reflexionar sobre el contenido e intencionalidad de los mensajes producidos por los medios masivos descifrando sus elementos formales y estructurales, sensibilizar sobre la trascendencia del lenguaje multimedial en la formación del alumno y formar individuos capaces de expresarse mediante la producción audiovisual. (CES Programa de la asignatura. Reformulación 2006)

En este curso, los docentes tienen la posibilidad de diseñar propuestas con el objetivo de que los alumnos puedan establecer vínculos entre su vida extra aula, sus actividades extracurriculares y las actividades académicas, pudiendo también establecer conexiones entre sus actividades comunicativas desarrolladas en el ciberespacio y las actividades propuestas en el liceo. En sus productos audiovisuales, realizan el abordaje de problemáticas que los afectan, manifiestan sus preocupaciones y logran canalizar sus emociones. El bachillerato artístico se ha convertido en un terreno muy fértil para las actividades interdisciplinarias y el trabajo en proyectos, en los que los estudiantes dejan de ser exclusivamente partícipes de actividades propuestas por sus docentes, para convertirse fundamentalmente en diseñadores y creadores de los productos que realizan.

Los docentes están obligados a aceptar la incorporación de las nuevas tecnologías en sus prácticas, de lo contrario no pueden lograr acompañar a los alumnos en su desarrollo académico y emocional. Las palabras de Martín (2010) lo expresan con claridad:

Nuestros niños y jóvenes van a moverse por ese espacio (*web 2.0* o *web x.0*), con o sin la formación sistemática que desde las instituciones educativas podamos proporcionarles. Los adultos todavía podemos “resistirnos” o ignorar la nueva realidad de la sociedad digital. Como educadores, sin embargo, no tenemos derecho a hacerlo. No podemos aumentar de forma irresponsable la brecha digital entre generaciones, ni quedar al margen de las nuevas formas de comunicarse y relacionarse con el uso de nuevas tecnologías en el nuevo espacio virtual. Un espacio virtual que se está construyendo sin previo aviso, sin permiso de las autoridades, y, en muchos casos, sin suficiente conocimiento por parte de los educadores. Se están creando en el ciberespacio “zonas libres de adultos” donde los jóvenes intercambian sus propios documentos audiovisuales. (p. 184)

El mundo que habitan los jóvenes fuera del entorno académico es muy diferente al de los espacios institucionales. Sentarse a escuchar a sus profesores “hablar” sobre un determinado tema, les resulta por demás aburrido, aunque tengan la oportunidad de participar, opinar y aportar. El mundo cibernético que frecuentan y que usan para comunicarse con sus amigos, para informarse sobre lo que ocurre en el mundo y para entretenerse, es un espacio multitareas en el que se sumergen en un bombardeo de imágenes fijas y móviles, sonidos, textos, anuncios, preguntas, invitaciones a opinar, debates, etc. Es esa la dinámica que logra interesarlos y aunque a los adultos les cueste entender, ellos si logran concentrarse y aprender en este ambiente tan bullicioso. Quiroz (2010) cita a Tood Gitlin quien busca explicar el efecto de las imágenes y sonidos en la vida diaria de los jóvenes

(...) piensa que en medio de una sociedad donde no hay espacio para el silencio, se ha producido un enlace cada vez más evidente entre la diversión y la utilidad a través de la inmersión en imágenes y sonidos, donde la plenitud icónica es la condición contemporánea. Es decir, es posible conocer y aprender, entreteniéndose. (p. 189)

Frente a esta nueva realidad, el papel que cumple el profesor en la institución educativa, ha cambiado en gran medida. Hoy por hoy, el alumno cuestiona a su docente sin temor a ser reprimido, debate sobre el tema que se está tratando en la clase, orgulloso de poder brindar su opinión y sobre todo orgulloso de compartir las fuentes de donde ha obtenido la información. Maneja nombres de *Youtubers* y conoce sus canales a los cuales está suscrito y da por hecho que la información que allí se comparte es confiable, porque ha investigado sobre el tema en otros sitios y ha comprobado que sus discursos y propuestas tienen una base científica, histórica o sociológica fundada. Prepararse para ser docente hoy día, requiere desarrollar otras habilidades y competencias además de tener el conocimiento específico sobre la asignatura o unidad curricular que se dicta. Esas competencias necesarias deben de ser fundamentalmente de estrategias comunicativas para poder generar vínculos significativos con los jóvenes. Quiroz (2010, p.199) cita a Marco Silva (2005) quien dice que: “El papel del profesor es el de un “arquitecto de recorridos”, no de un transmisor de contenidos, deberá



facilitar el acceso a dominios complejos, garantizando la libertad y la pluralidad”. El docente más que enseñar, hoy por hoy, tiene la responsabilidad de guiar al estudiante en el complejo recorrido de las nuevas alfabetizaciones. Hace más de una década ya lo decía Huergo (2010) citando a McLaren:

Lo comunicacional/educativo se produce como desencadenante de alfabetizaciones múltiples. Así como el aprendizaje de la lectura y la escritura (la alfabetización) permitió en la modernidad que el hombre pudiera incorporarse al dinamismo social, económico, científico y productivo de la nueva sociedad, en la actualidad se está produciendo un proceso similar. Los medios y las nuevas tecnologías estarían provocando una novedosa “alfabetización múltiple”. Ellos elaboran, ponen en circulación y distribuyen nuevas formas de conocimiento a la manera de una pedagogía perpetua (como señala Peter McLaren), que trabaja de manera incesante y que no puede ser recortada, organizada y controlada por la escuela. Múltiples y diferentes modos de comunicación que, a su vez, suscitan múltiples y diferentes estructuraciones de la percepción, y ésta coevolución produce múltiples y diferentes imaginarios, creencias, expectativas y acciones más o menos colectivos. El producto de estos procesos es lo que podríamos denominar alfabetizaciones posmodernas. (p.76)

## **5.2. Alfabetización digital**

“La educación ya no solo es producto de una enseñanza, ni tampoco solo la resultante de una escolarización. La educación también resulta de otras interacciones y encuentros, sobre todo de descubrimientos y exploraciones de los propios educandos”. Gómez (2010, p.269).

Hablar de educación y alfabetización hoy día, implica sumergirse en un campo de estudio muy vasto, que abarca un contexto histórico muy grande y una sucesión de cambios constantes entre los cuales se encuentran como protagonistas, las tecnologías digitales. Es por esto que hablar de alfabetización supone no solo contar con competencias de lecto-escritura, que hasta las últimas décadas del siglo pasado, eran consideradas suficientes para desenvolverse con autonomía y poder participar activamente en las diversas actividades sociales. En la actualidad, el concepto de alfabetización va más allá de las habilidades de poder leer y escribir. Esta nueva competencia a desarrollar es descrita por Bernal, Gabelas y Marta (2019) como la alfabetización digital, a la que definen de la siguiente manera:

La alfabetización digital es una necesidad para dotar a las personas de las competencias exigidas en los nuevos entornos. Competencias que posibilitan tanto el acceso técnico y crítico a la información, como la creación de la misma y, en consecuencia, la participación y capacidad de relación necesarias en contextos sociales (p. 2).

El individuo con carencias de alfabetización digital, deberá enfrentar dificultades y no podrá desenvolverse con soltura frente a actividades de índole económicas y sociales básicas, como comunicarse en determinados ámbitos, estudiar, buscar trabajo, realizar la reserva en un hotel, realizar compras *on line* o simplemente adquirir un *ticket* para un espectáculo. Esto posiciona al docente como agente responsable en la preparación para esta nueva alfabetización. Recurriendo a la definición del autor del libro “Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas” Gutiérrez (2003) dice que la alfabetización digital o multimedia es: “aquella que capacite a las personas para utilizar los procedimientos adecuados al enfrentarse críticamente a distintos tipos de texto, y para valorar lo que sucede en el mundo y mejorarlo en la medida de sus posibilidades” (p.61). Para Rafael Casado la alfabetización digital podría ser definida como:

(...) proceso de adquisición de los conocimientos necesarios para conocer y utilizar adecuadamente las infotecnologías y poder responder críticamente a los estímulos y exigencias de un entorno informacional cada vez más complejo, con variedad y multiplicidad de fuentes, medios de comunicación y servicios (Casado, 2006, p. 52)

En la actualidad está fuera de discusión el hecho de que la alfabetización digital forma parte de la educación integral del individuo, por lo que le compete a la educación formal tomar las riendas de su abordaje e incluirlo en las propuestas curriculares. Se trata simplemente del desarrollo de las competencias de lenguaje, los lenguajes empleados para la comunicación en el siglo XXI, que indudablemente se han diversificado. Casado (2010, p.54) lo manifiesta de la siguiente manera: “La alfabetización digital debe estar inmersa en un proceso de educación general y además es absolutamente tributaria de ella”. A lo que agrega que se debe distinguir entre instrucción y educación, estableciendo que mientras que la instrucción (saber cómo manejar un computador haciendo referencia al *hardware* y al *software*) es algo que se puede adquirir de cualquier instructor, y por lo tanto aclara que:

La educación, por el contrario, atiende a un proyecto social. Se trata de poner a la persona en relación con su entorno y dotarlo de la capacidad necesaria para que lo entienda y pueda desenvolverse dignamente dentro de él y actuar críticamente para mejorarlo (Casado, 2010, p. 55).

Los autores hablan de las distintas dimensiones de la alfabetización digital. Para Gutierrez (2003), serían: técnica, estética, interactiva, didáctica e ideológica. Para Area (2007), las dimensiones formativas serían: instrumental, cognitiva, actitudinal y axiológica. En 2012 el mismo autor propone cinco ámbitos competenciales: instrumental, cognitivo, sociocomunicacional, axiológico y emocional. La **instrumental** hace referencia a los usos y manejo del *software* y el *hardware*, la **cognitiva** tiene que ver con la capacidad de selección

de la información, la comprensión, la asociación y pertinencia del uso de la misma de acuerdo con sus necesidades. La **sociocomunicacional**, se refiere a las habilidades comunicativas, es decir a la capacidad de interactuar con los demás mediante la tecnología. La **axiológica** tiene que ver con los valores y los criterios éticos en el uso de las tecnologías. Por último, el ámbito **emocional** tiene que ver con la construcción de la identidad digital que se deriva de las experiencias vividas en los entornos digitales. Si bien es cierto que cada una de las dimensiones son importantes y todas ellas requieren de instancias de aprendizajes para fortalecer al usuario en su correcto desempeño, en lo que compete al docente como mediador de la alfabetización digital, es en la dimensión cognitiva y axiológica, cuyo fin es desarrollar la habilidad crítica, donde se hace fundamental intensificar la labor educativa, ya que de nada serviría un individuo con habilidades para un manejo avanzado del *software* y del *hardware*, cuando la persona no es capaz de discernir con autonomía sobre la veracidad, el valor y la relevancia de los contenidos que encuentra en el océano de información en el cual navega constantemente.

En su artículo “De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la *web 2.0*”, Area y Pessoa hablan de los grandes cambios que generó el uso de Internet en todos los aspectos de la vida de las personas. Usando la metáfora de lo sólido y lo líquido de Bauman (2006), establece lo siguiente:

La metáfora nos sugiere que el tiempo actual –su cultura digital- es un fluido de producción de información y conocimiento inestable, en permanente cambio, en constante transformación, como contraposición a la producción cultural desarrollada –principalmente en Occidente a lo largo de los siglos XIX y XX- donde primó la estabilidad e inalterabilidad de lo físico, de lo material, de lo sólido. (Area y Pessoa, 2012, p. 14)

Considera que Internet en su versión *web 2.0*, cambió de una manera radical las reglas del juego en todos los ámbitos, y que ésta podría ser la culpable de la casi desaparición de los

objetos culturales tradicionales del siglo XX como por ejemplo, las publicaciones impresas, las salas cinematográficas, los discos y *cassettes*, los álbumes de fotografías, etc. “Lo digital es una experiencia líquida bien diferenciada de la experiencia de consumo y adquisición de la cultura sólida y, en consecuencia, precisa de nuevos enfoques y modelos de alfabetización y aprendizaje” (Area y Pessoa, 2012, p. 14)

El gran desafío que enfrenta la alfabetización digital es brindar las herramientas para que el individuo logre saltar las barreras de la “*infoxicación*” y pueda ser capaz de seleccionar sólo aquella información que sea útil a sus necesidades y evitar quedar sumergido y/o varado en la inmensidad de información que satura la *web*. El flujo de información aumenta cada día, generando un reto cada vez mayor, cuando de procesar la misma se trata. Es necesario alfabetizar a todos los actores sociales para el desarrollo de la nueva sociedad digital que protagoniza el siglo XXI.

La información siempre ha sido y será algo útil. En el pasado la gente necesitaba información para resolver problemas específicos, y hoy nos encontramos con un problema nuevo. El exceso de información se ha convertido en un tipo de basura, llega de cientos de fuentes, es incesante, puede comprarse y venderse, y nunca está dirigida a nadie en particular. Lo importante hoy es cómo liberarnos de ella para dar algún sentido a nuestra vida. (Gutierrez, 2006, p. 59), Citando a Neil Postman

En el año 2010, Alfons Cornella hablaba de cómo sobrevivir a la infoxicación, término que utilizó para describir el exceso de información que se recibe diariamente luego de la llegada de *Internet* a la vida de las personas. Decía que es necesario aprender a discernir y seleccionar solo aquello que puede resultar útil y dejar de lado el resto de la información que además de no estar vinculada directamente a los intereses del individuo, por el contrario estaría generando distracciones que podrían suponer una considerable inversión de tiempo.

Aún más, mucho más, en el mundo al que se refiere la información, la información misma ha llegado a ser el principal sitio de lo “desconocido”.» Hoy lo que parece «demasiado vasto, misterioso y salvaje» es la información misma. Los hombres y mujeres comunes de la actualidad estiman mucho más amenazadores esos volúmenes gigantescos de información ávidos de atención que los pocos «misterios del universo» que quedan y que sólo son objeto de interés para un pequeño grupo de adictos a la ciencia y un puñado aún más pequeño de aspirantes al premio Nobel. (Bauman, 2015, p. 43)

También Cornella (2000) explicaba que ese problema ya estaba generando la necesidad de desarrollar buscadores inteligentes de información, para brindar un servicio que muchos usuarios iban a considerar de gran valor para poder optimizar sus tiempos. En el mundo de los negocios el tiempo es invaluable y en la educación también lo es. Fueron surgiendo mecanismos de selección de información y todos los usuarios fueron aprendiendo a usar los mismos, para encontrar la información más útil a sus intereses y necesidades.

La alfabetización debe representar un proceso de desarrollo de una identidad como sujeto en el territorio digital, que se caracterice por la apropiación significativa de las competencias intelectuales, sociales y éticas necesarias para interactuar con la información y para recrearla de un modo crítico y emancipador. La meta de la alfabetización será desarrollar en cada sujeto la capacidad para que pueda actuar y participar de forma autónoma, culta y crítica en la cultura del ciberespacio, y en

consecuencia, es un derecho y una necesidad de todos y de cada uno de los ciudadanos de la sociedad informacional. (Area y Pessoa, 2012, p. 15)

Si bien Cornella (2010) estaba en lo cierto y fueron surgiendo muchos motores de búsqueda inteligente para seleccionar información relevante para cada usuario, también se fueron desarrollando mecanismos de recolección de datos obtenidos a partir de las búsquedas realizadas en los sitios que visitan y las actividades que realizan los usuarios en la *web*. En 2010 todavía no se tenía una dimensión clara del poder que iban a tener las redes sociales como medios de comunicación, pero sobre todo y fundamentalmente, como medios de recolección de datos. No solo han servido para generar interacción, intercambios y encuentros entre extensas comunidades de individuos, sino que pueden recopilar grandes cantidades de información sobre las personas que las usan. Las redes sociales brindan información sobre las preferencias, gustos, ideales, pensamientos y tendencias. Son un terreno fértil para la influencia y manipulación en diversos sentidos y por las reacciones de los usuarios (*likes*) se puede obtener información de gran valor para quienes tienen el poder económico y político. Son comunidades globales, por lo que el flujo de datos es universal. Esta información tiene un gran valor en el mercado por lo que se ha convertido en un negocio muy rentable dentro del mundo financiero y el nombre que se le ha asignado es el de *Big Data*.

Según la predicción de Cornella, la infoxicación iba a crecer de manera exponencial y a un ritmo cada vez más acelerado. Aumentaron los volúmenes de información y también se incrementaron las actividades cibernéticas. La inmediatez es la característica principal de la comunicación hoy día y las reglas comunicacionales han cambiado. La velocidad juega un papel preponderante y la cantidad parece batallar contra la calidad. “Frente a la cultura epistolar del pasado hoy prima la economía de las palabras, y la urgencia en hacerlas llegar pronto al destinatario” (Area y Pessoa, 2012, p.16). Los autores mencionados consideran que esto está afectando las capacidades de los individuos como sujetos que dominan las formas expresivas para la redacción de textos desarrollados y profundos. Es frecuente escuchar a los profesores de Literatura decir que los alumnos ya no son capaces de realizar el análisis de una obra literaria en profundidad y que por el contrario solo escriben oraciones cortas en el mejor de los casos, sintetizando de forma excesiva la comprensión de la obra. Así son en general los

adolescentes en la actualidad, se expresan de forma simplificada y concreta. Area y Pessoa, citando a Carr (2010), hablan de una capacidad que se está viendo “atrofiada” ya que a las personas se les está dificultando generar “textos prolongados y extensos, coherentemente argumentados y que estén contruidos siguiendo una secuencia de inicio, desarrollo y conclusión”

Es el triunfo de la inmediatez comunicativa frente a la reflexión intelectual. Es el triunfo de la escritura del *SMS*, y no del texto narrativo. La alfabetización por tanto debe cultivar las competencias para que un sujeto domine distintos lenguajes (sean textuales, audiovisuales, icónicos o sonoros) en diversas formas expresivas (microcontenidos, narraciones o hipertextos) (Area y Pessoa, 2012, p. 16)

Los tipos de contenidos que se encuentran en la *web 2.0* trascienden el mundo del lenguaje escrito. Se trata de un entorno en el que la imagen tanto fija como móvil (video) y el sonido, vienen ganando terreno en el mundo de la comunicación. La gran mayoría de las personas prefieren compartir una fotografía o un video a la que, en ocasiones, agregan un texto muy escueto o simplemente expresan sus emociones a través del uso de *emojis*. En entornos como *WhatsApp*, las personas y fundamentalmente los más jóvenes, usan más los *stickers* que el texto. Basta con mirar un chat y se verá un considerable porcentaje de participantes que emplea *emojis* y *stickers* como respuesta a un mensaje escrito mediante el empleo de un texto, sin importar del tema tratado en la conversación.

El lenguaje iconográfico y audiovisual está inundando los procesos comunicativos de la Red y ello requiere la alfabetización de los sujetos tanto como consumidores de este tipo de productos como en su formación como emisores de forma que posean las competencias expresivas para expresarse con los formatos multimedia y los lenguajes audiovisuales. (Area y Pessoa, 2012, pp. 16-17)



Es en esta nueva alfabetización donde cobra una gran importancia la especificidad de la Educación Audiovisual y los docentes deben estar preparados más que nunca para enfrentarse a la multiplicidad de cambios e innovaciones.

(...) el cambio actual no es como los cambios del pasado. En ningún otro punto de inflexión de la historia humana los educadores debieron afrontar un desafío estrictamente comparable con el que nos presenta la divisoria de aguas contemporánea. Sencillamente, nunca antes estuvimos en una situación semejante. Aún debemos aprender el arte de vivir en un mundo sobresaturado de información. Y también debemos aprender el aún más difícil arte de preparar a las próximas generaciones para vivir en semejante mundo. (Bauman, 2015, p. 46)

Hace muy pocas de décadas, los seres humanos se comunicaban de una manera muy simple. El habla o la escritura eran las dos formas más utilizadas. Las demás formas de comunicación, como la música, la pintura, la fotografía o el cine, estaban supeditadas a un grupo muy reducido de actores sociales: los artistas. En la actualidad la comunicación se realiza a través de una múltiple variedad de propuestas, formatos o soportes que van más allá del lenguaje hablado y escrito. Cada día aparecen nuevas *Apps* (aplicación o programa informático que sirve para realizar funciones específicas en los dispositivos celulares o *tablets*) para diseñar *stickers* personalizados, para editar imágenes y videos y de esta forma crear contenido que tiene como fin poder interactuar con otros individuos. De esta manera se van generando nuevas formas de expresión y comunicación que rápidamente se expanden y todos quieren saber cómo hacerlas, porque son divertidas y sustituyen a las palabras de una forma muy creativa. Un ejemplo muy claro son: el *boomerang* de *Instagram* o los *Tic Tok*.

(...) los hipertextos, los gráficos en 3D, los mundos virtuales, los videoclips, las simulaciones, la comunicación en tiempo real y simultánea entre varios sujetos a través de un ordenador, las comunidades humanas virtuales o redes sociales, la videoconferencia, los mensajes y correos escritos a través de telefonía móvil o de Internet, la navegación a través de la *WWW*, las presentaciones multimedia, entre otras representan un caleidoscopio de códigos expresivos y acciones comunicativas bien diferenciadas de lo que es la comunicación a través de la escritura y lectura en documentos de papel. (Area y Pessoa, 2012, p. 17)

El desafío que enfrenta la educación formal con respecto a la alfabetización digital parece ser inabordable, teniendo en cuenta la estructura que posee la educación uruguaya no solo en lo que respecta a la propuesta programática sino también en la formación de docentes.

La formación de los maestros y profesores es insuficiente para llevar adelante las mediaciones de alfabetización digital de sus alumnos ya que los docentes aún se encuentran transitando sus propios procesos de alfabetización digital, fundamentalmente si se piensa en los docentes que tienen más de 15 años de egresados del Sistema de Formación Docente. Esto quedó en evidencia en los últimos años, cuando la emergencia sanitaria debido al Covid 19, obligó la suspensión de la presencialidad de las clases en todo el sistema educativo nacional y mundial. Muchos fueron los docentes que tuvieron que incursionar en la utilización de las TIC por primera vez, experimentando con nuevas formas de comunicación con sus alumnos y colegas. Para poder paliar estas carencias que afectan a muchos de los docentes, el sistema educativo en sus distintos subsistemas, debió impartir una cantidad de cursos de actualización con carácter urgente para que los docentes pudieran llevar adelante su tarea y cumplir con los nuevos requerimientos. Los noveles docentes fueron pilares de este proceso y aquellos con formación específica en tecnologías digitales, debieron tomar las riendas y guiar a los colectivos en todas las Instituciones.

A finales de la década de los setenta comienza el desarrollo de la tecnología digital, por lo que se denomina como “nativos digitales” a las personas que nacieron a partir de 1980

hasta la actualidad. Orozco y García (2017) establecen que solo por el hecho de haber nacido en la era de los nativos digitales, no significa que esas personas tengan un buen manejo de las tecnologías, y citan a Monereo (2009), quien:

(...) destaca el hecho de que, aunque los nativos digitales tengan acceso a la tecnología, no hay garantía de que tengan “los bits bien puestos”. Menciona algunas deficiencias para actividades de aprendizaje como la búsqueda y selección de información, problemas para evaluar la confiabilidad de la información y trabajar en equipo, compulsión para hacer varias cosas a la vez y dificultades para la administración del tiempo. (Orozco y García, 2017, p. 150)

Estas mismas autoras se refieren a un informe de la “Fundación *European Computer Driving Licence* (ECDL), organización dedicada a elevar los estándares de la competencia digital en la fuerza de trabajo, la educación y la sociedad”, en el que se “hace alusión al estudio *International Computer and Information Literacy Study* (ICILS) en donde sus conclusiones sugieren que sería ingenuo esperar que los jóvenes puedan adquirir las competencias digitales que necesitan sin educación y formación formal” (ECDL, 2014, p. 3)

La alfabetización digital es una necesidad para dotar a las personas de las competencias exigidas en los nuevos entornos. Competencias que posibilitan tanto el acceso técnico y crítico a la información, como la creación de la misma y, en consecuencia, la participación y capacidad de relación necesarias en contextos sociales. (Bernal, Gabelas, Marta, 2019, p. 2)

Se podría decir que gracias a la emergencia sanitaria vivida durante los años 2020 y 2021, el sistema educativo se vio en la necesidad de valorar la alfabetización digital y considerarla una competencia primordial para las necesidades educativas del presente siglo. Hasta los docentes más tradicionales, se vieron obligados a incursionar en la adquisición de habilidades en alfabetización digital y esto seguramente ha de propiciar beneficios para el presente y futuro de la educación.

Si bien los cursos a distancia, semipresenciales y virtuales ya existían, fue en esos años cuando todos los sistemas educativos se vieron en la obligación de migrar todos sus cursos a las plataformas digitales, para evitar que los procesos educativos se vieran interrumpidos. Todos los docentes tuvieron que enfrentarse a la obligación de ser gestores y promotores de la alfabetización digital. Después de dicha experiencia seguramente, será fácil entender y aceptar la importancia de la siguiente sugerencia: “Es recomendable que los docentes encargados del diseño de cursos en línea consideren, además de los contenidos, las diferentes dimensiones de la alfabetización digital como una guía imprescindible para desarrollar habilidades instrumentales, cognitivas, sociocomunicacionales, axiológicas y emocionales” (Orozco y García., 2017, p. 164).

### **5.3. Educación Audiovisual**

La educación audiovisual es sin lugar a dudas una herramienta fundamental para la alfabetización digital y en la actualidad, está fuera de discusión la importancia y la necesidad de que los sistemas educativos trabajen en estas nuevas alfabetizaciones, pero no siempre fue así. Según Gabelas (2007), hasta los años sesenta, la relación de los medios con la Educación en general y con la Escuela en particular se basaba en la desconfianza y en el rechazo. Len Masterman, en su artículo “La revolución de la educación audiovisual”, sostiene que hasta la década de los sesenta se consideraba que los medios de comunicación de masas, eran nocivos para la sociedad y que afectaban el desarrollo cultural de la misma. Para describir cómo se calificaba a los medios, usa las siguientes palabras:

Lo que los medios infectan es la cultura en conjunto. La cultura común está contaminada por las motivaciones de los anuncios publicitarios, su manipulación y explotación de la audiencia, su corrupción del lenguaje y su oferta de atracciones y satisfacciones fáciles y bajas. (Masterman, 1996)

Surgen dos corrientes o paradigmas de Educación en Medios. Una está basada en un sistema de protección a los niños y jóvenes de la influencia perversa de los medios. Se llamó “paradigma vacunador” al utilizado por los profesores que por ese entonces, practicaban una *enseñanza de los medios* basada en una *enseñanza contra los medios*. “Se permite la entrada de una pequeña porción de los medios en la clase solo para *vacunar* al alumno de un modo más eficaz contra ellos” Masterman (1996). Este es el momento en el que la Televisión aparece como un elemento tecnológico de uso corriente en los hogares de la clase media, ocupando un lugar preponderante en la vida de la mayoría de las personas. Los anuncios publicitarios se convirtieron en la herramienta principal de recaudación haciendo que los medios se concentren más en vender productos que en vender historias. Masterman (1996).

En la segunda corriente por el contrario, los medios fueron considerados como auxiliares en la tarea educativa y se emplearon como recurso didáctico, fundamentalmente piezas cinematográficas que por entonces pertenecían a una industria ampliamente desarrollada y de gran influencia en la sociedad. El consumo de películas por parte de un sector muy amplio de la sociedad, era una de las opciones más elegidas como actividad recreativa, destacándose frente a otras, en las ofertas de entretenimiento de la época.

Surgieron y se expandieron los cine-clubs, en los que se discutía sobre un autor, su cine, el género y las intenciones. Surge una red de cine-clubs, en la que participarán personas que impulsarán la inserción de estos medios en nuestro contexto educativo y social (Gabelas, 2007, p. 70).

Desde los inicios y a lo largo de todo el desarrollo de la historia de la educación, la palabra y la escritura han sido los recursos dominantes. La imagen por su parte no era bien vista como herramienta educativa, ya que se consideraba que podía ser inapropiado usarlas porque generaban connotaciones que podían alejar a las personas de las doctrinas impartidas como verdad absoluta.

Llega el siglo XX y con él muchos avances tecnológicos que tienen que ver con la utilización, producción y empleo de imágenes en diversos ámbitos de la vida. Es el siglo de la revolución tecnológica de la imagen en el que se genera un desarrollo vertiginoso de inventos como la fotografía, el cine, la televisión, el registro magnético, la animación, etc. Por otra parte, la imagen se convierte en un instrumento de gran importancia para la ciencia, fundamentalmente para las ciencias médicas en las que pasan a formar parte fundamental de los estudios y diagnósticos. El microscopio, inventado en el siglo XVII y las radiografías a finales del siglo XIX ya habían trazado un camino de valoración de la imagen, pero el siglo XX trae consigo nuevos descubrimientos que posibilitan realizar estudios en los que la imagen es un recurso de vital utilidad para la medicina, siendo algunos ejemplos las ecografías, las tomografías y las resonancias magnéticas entre otros. De esta manera la imagen va cobrando confianza y respeto al tener la facultad de mostrar una realidad que va más allá de las posibilidades de lo que puede captar el ojo humano por sí solo. “Ya no es lo que se dice, ni siquiera es la palabra la que tiene valor. Es lo que se ve y lo que se registra icónicamente lo que va adquiriendo progresivamente valor demostrativo y de evidencia” (Pérez y Pi, 2015, p. 6)

En la actualidad, no se puede concebir a la ciencia prescindiendo de la imagen como recurso auxiliar. Es por esto y mucho más que ya no quedan dudas que es responsabilidad de la educación incorporar la enseñanza del lenguaje visual en todas sus manifestaciones. Llega el siglo XXI y la importancia y potencialidad del empleo de la imagen en las diversas actividades de la vida, está fuera de discusión. Ha sido aceptada e incorporada como instrumento de primer orden en la comunicación cotidiana. La actualidad se basa en una constante interacción con imágenes desde el momento en que se abren los ojos a la mañana, hasta el último instante antes de cerrarlos para dormir. “Es necesario incorporar el lenguaje

de la imagen y el audiovisual en la educación porque es el lenguaje del conocimiento del siglo XXI” (Pérez y Pi, 2015, p. 6)

Ha llegado el momento en el que las personas promedio han dejado de ser simples consumidores de imágenes para convertirse en productores y creadores de los contenidos que circulan por el ciberespacio. Es aquí donde radica la importancia de involucrar a la educación artística y fundamentalmente a la educación audiovisual y la educación visual, para generar el compromiso del sistema educativo frente a esta inevitable demanda social.

(...) en los últimos años asistimos a un crecimiento significativo en el desarrollo de actividades, programas y proyectos de Educación Audiovisual en diferentes ámbitos: escolares, comunitarios, culturales. La variedad de los lenguajes artísticos y comunicacionales que se van incorporando a las instituciones educativas, las innovadoras estrategias de producción, la inclusión de nuevos participantes y las discusiones acerca de la función social del audiovisual, han favorecido la experimentación y el desarrollo de propuestas formativas innovadoras y valiosas. (Augustowsky 2020. Módulo 1, Clase 1, Maestría de Educación Audiovisual. Flacso 2020)

Al respecto, Augustowsky (2020) menciona que la Educación Audiovisual es aún un campo en construcción y que, al estudiar las prácticas surge que éstas, se sujetan a determinados corpus teóricos pertenecientes a distintos campos disciplinares como, por ejemplo: la historia, la teoría cinematográfica, la historia y teoría del arte, la educación artística, la didáctica general y la pedagogía social. Analizando cuestiones relacionadas a la Pedagogía audiovisual, Augustowsky (2015), presenta en el capítulo 3 de su tesis doctoral, tres perspectivas o enfoques educativos que sostienen las diferentes prácticas educativas de creación audiovisual. Ellas son: 1) El cine como arte: encuentros con la alteridad y la experiencia creadora. 2) El cine como lenguaje y la alfabetización en medios audiovisuales.

3) La creación audiovisual para la democratización de saberes, la inclusión social y la ampliación de derechos.

En lo que respecta a Educación Audiovisual en Uruguay cabe destacar la importancia de La Unidad de Pedagogía Audiovisual del Consejo de Formación en Educación (CFE) que a través de Cineduca, ofrece una propuesta de educación audiovisual para todos los estudiantes de las distintas carreras de Formación Docente, con la presencia de un Coordinador Audiovisual en cada uno de los centros e Institutos del CFE a lo largo y ancho del territorio nacional. Cineduca se hace presente a través de los Seminarios de Educación Audiovisual para las carreras de Maestro en Primera Infancia y Educador Social y quizás también para las carreras de Magisterio y Profesorado a partir de la propuesta curricular del plan 2023. Además se plantean propuestas de talleres de educación audiovisual con el objetivo de formar competencias para la adquisición y conocimiento del lenguaje audiovisual y la producción audiovisual de los futuros docentes de todas las carreras del CFE. Cineduca es un terreno muy fértil para el desarrollo de proyectos interdisciplinarios que tienen que ver con investigaciones muy diversas, siendo la realización audiovisual el formato mediante el cual se presenta el producto resultante de los proyectos de investigación desarrollados.

Formar a los futuros docentes en alfabetización audiovisual es la vía más directa y segura para poder llegar a través de ellos, a todo el universo escolar conformado por niños y jóvenes.

#### **5.4. Educación Artística y Educación Visual**

Hablar de educación audiovisual es también y de alguna manera, hablar de educación artística y muy directamente de Educación Visual. Al respecto de todo esto, hay un autor que es referente en este campo. Su extensa bibliografía es muy pertinente para el abordaje de la educación artística ya que está interconectada con la cultura visual, siendo estos dos campos de estudio profundamente desarrollados por Fernando Hernández, doctor en Psicología, catedrático en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Vinculado siempre



a temáticas con el eje de “la cultura, el aprendizaje y la educación” en la sociedad contemporánea. Sus obras son de gran valor para el abordaje de varios aspectos que son fundamentales para el desarrollo de esta tesis. Por otra parte, profundizar en la educación artística sin tomar en cuenta los aportes de Imanol Aguirre, en su libro *Teorías y prácticas en educación artística* (2000), sería pasar por alto un minucioso trabajo que da cuenta de las teorías y prácticas que rigen la educación artística actual. Aguirre contrasta la investigación proveniente de la psicología y la pedagogía con la procedente de otros ámbitos del saber: la filosofía del arte, la estética, la antropología cultural o la hermenéutica. Realiza el abordaje de aspectos muy importantes y de gran interés del colectivo docente como lo es, la evaluación en educación artística. Y también trata un tema de gran relevancia, profundizando en el valor de la creatividad en la educación artística. Al respecto explica:

(...) es justo reconocer que, si a partir de la década de los sesenta la educación artística empieza a adquirir presencia en los sistemas educativos y un cierto prestigio como disciplina, es debido en gran parte a que en ella se vislumbran posibilidades inéditas de enriquecimiento intelectual y de desarrollo creativo, tradicionalmente ignoradas o abandonadas a los designios del azar (Aguirre 2000, Pág. 178).

Establece la importancia de la conformación del currículum o la propuesta de Educación Artística que tiene un plan educativo y además presenta las dificultades que conllevan la elaboración del mismo, teniendo en cuenta que la educación, en definitiva, es un instrumento de poder. Al respecto cita a Gimeno Sacristán:

En el fondo del conflicto aparece el hecho comprobado de que la selección de los componentes curriculares, que constituyen la cultura básica escolar, no es ideológicamente neutra. Los diferentes grupos sociales, se identifican más con unos componentes que con otros y, por lo general, todos ven en el currículum, bien la

oportunidad de perpetuar valores o bien la oportunidad de propiciar el cambio social (Sacristán, 1988, 1992), citado por Aguirre, 2000, p. 58).

En pleno siglo XXI, cuando está ampliamente justificada la educación artística como sensibilizador para la profunda y correcta interpretación del mundo visual en el que se desarrolla la vida de los seres humanos, ya no se debería discutir su pertinencia en los planes de enseñanza de todos los niveles del Sistema Educativo.

La Educación Artística a través de la Educación Visual, se encarga de educar la mirada, la percepción, la interpretación del mundo que nos rodea. Su objeto de estudio es la imagen y como lo expresa Eisner en su obra *El arte y la creación de la mente* (2004)

La imaginación, alimentada por las características sensoriales de la experiencia, se expresa en las artes por medio de la imagen. La imagen, el elemento central de la imaginación, tiene un carácter cualitativo. Es indudable que vemos con el ojo de nuestra mente (Eisner, 2004, p. 20)

Cuanto más recurrente y diverso sea el mundo de imágenes en el que se desarrolla un individuo, mayores posibilidades de expandir su imaginación va a tener. “Las artes tienen un papel importante que desempeñar en el refinamiento de nuestro sistema sensorial y en el cultivo de nuestra capacidad de imaginación” (Eisner, 2004 p. 21)

Se puede afirmar entonces que la educación artística favorece la adquisición de habilidades fundamentales para la investigación en ciencias ya que esta requiere de un profundo desarrollo del sistema sensorial para la observación de los hechos científicos. No quedan dudas que la Educación Artística va más allá de la cuestión estética y cultural, sino que propicia el desarrollo de competencias necesarias para todos los campos del conocimiento. La imaginación es el motor de todos los inventos e innovaciones. “Una cultura

poblada por personas de escasa imaginación tiene un futuro estático. En una cultura como esta habrá pocos cambios porque habrá poco sentido de la posibilidad” (Eisner, 2004, p. 21)

Con estos autores queda legitimada la importancia de la Educación Artística como parte de la formación integral de un individuo. Cuanto mayor sean las oportunidades de vinculación e interacción con imágenes durante su proceso de crecimiento y educación, mayor será también el desarrollo de su capacidad imaginativa y esto va a influir en sus habilidades para desarrollar la competencia creativa.

El empleo de audiovisuales en la educación se ha convertido en uno de los recursos didácticos más utilizados y los docentes han podido comprobar que si se los utiliza con una planificación bien fundada y pensada, los resultados que se obtienen son altamente positivos y gratificantes. Muchos alumnos proponen realizar un audiovisual para presentar los trabajos solicitados por sus docentes, por tratarse de un formato que para ellos es cotidiano.

Sin una educación artística que transmita los conocimientos necesarios para diseñar buenos encuadres, planos y tomas en las que se hayan analizado criterios de composición, color, luz, texturas, etc., no se podrá generar un audiovisual de calidad, que pueda superar los requerimientos estéticos al que el ojo está acostumbrado por estar en constante interacción con buenos productos. Si no satisface, no va a lograr la permanencia del espectador frente a la pantalla, por más que el contenido sea bueno. La cantidad de productos audiovisuales que se visualizan por día, provocan el aumento de las exigencias con las que se debe cumplir para que ese producto logre captar la atención del consumidor.

El arte contemporáneo, en especial las nuevas formas de arte conceptual que van surgiendo, utilizan con frecuencia el audiovisual para potenciar las experiencias sensoriales del espectador y quienes han vivenciado estas experiencias, han podido comprobar cuán significativas pueden llegar a resultar.

Es vasta la producción bibliográfica que demuestra las potencialidades y beneficios de la educación artística en el desarrollo intelectual de los seres humanos. Esa educación artística contribuye por un lado a la comprensión del mundo en el que el individuo está inmerso y por el otro lo ayuda a identificarse, es decir a reconocer su propia identidad de acuerdo al lugar del mundo en el que habita. Ahí es donde entra en escena la Cultura Visual.

### 5.5. Cultura Visual. *YouTube*, un mediador

Definir el concepto de cultura visual no es una tarea sencilla, según lo manifiesta Fernando Hernández (2005) en su artículo “De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual”. Además de mencionar las metáforas del rizoma de Deleuze y Guattari (2000) y la metáfora del fractal de Martin Powers citada por Mirzoeff (1999a, pp. 24-25), hace referencia a la diversidad encontrada al buscar definiciones mencionando que: Bryson, Holly y Moxy, (1994, p. xvi) hablan más de ‘imágenes’ que de ‘arte’. Jenks (1995, p. 1) se refiere a la cultura visual en términos de ‘visualidad’; Bird (1986, p. 3) la define como ‘un análisis materialista del arte’; en Estados Unidos y Gran Bretaña se habla de cultura visual o estudios visuales; en Francia y Alemania, teoría de la imagen o ciencia de la imagen (Rampley, 2005a) y Heywood y Sandywell (1999, p. 6) se refieren a ‘la hermenéutica de la experiencia visual’ (Hernández, 2005, p.12).

Para Hernández la cultura visual:

(...) no se refiere sólo a una serie de objetos, sino a un campo de estudio que ha ido emergiendo desde la confluencia de diferentes disciplinas, en particular desde la Sociología, la Semiótica, los Estudios culturales y feministas y la Historia cultural del arte, y que dibuja diferentes perspectivas teóricas y metodológicas. (Hernández, 2005, pp. 12-13)

Sostiene que su proyecto es muy concordante con el de Mirzoeff (2003) porque ambos trabajos pretenden determinar cómo la visualidad ha llegado a desempeñar un papel tan relevante en la vida moderna a lo que agrega que “la cultura visual ha de aceptar su estatus

cambiante y provisional, dada la constante formación – y reformulación – de los medios visuales contemporáneos y de sus usos y apropiaciones” (Hernández, 2005, p.13).

Hablar de imágenes, visualidad y medios visuales, es hablar de todo lo que puede ser percibido mediante el sentido de la vista. Las imágenes y su producción se remontan a la prehistoria y el recorrido por su desarrollo es tan extenso como la historia de la humanidad. La cultura visual es el conjunto de características que describe, representa, identifica el aspecto, el estilo y la forma en la que se ven, se utilizan y se generan las imágenes que son propias de cada época y cada lugar. Cada tiempo tiene su cultura visual, es decir su visualidad y en la actualidad se identifica el protagonismo de las imágenes digitales, que se comenzaron a posicionar en un lugar de relevancia, desde los albores del nuevo siglo. Al respecto de estos cambios, (Hernández, 2005, p.16) dice lo siguiente:

Llevando estas observaciones al tiempo presente nos encontramos como se ha producido un cambio sustancial en el papel de las ‘máquinas de la visión’. Sobre todo debido a la extensión y popularidad de las imágenes analógicas y digitales, en especial las mediadas por el televisor, junto al advenimiento de las tecnologías productoras de imágenes virtuales – sobre todo las que se distribuyen a través de *Internet* – que han abierto un campo de investigación e interés sobre las imágenes en relación con los medios de producción o de visión.

En la actualidad las imágenes que se consumen en mayor medida, son imágenes digitales y muchas son creadas y compartidas para ser observadas durante un lapso corto de tiempo o incluso para ser vistas una sola vez. Ejemplo de esto son las dinámicas de las historias de *Instagram* o *Facebook*, los *Snaps*, los estados de *Whatsapp*, o la visualización única de fotos y videos en los chats de las diferentes *apps*, etc. Bauman en su obra “Modernidad líquida” explica que en la actualidad lo efímero ha desplazado a todo aquello que pretendía ser permanente. Esta nueva concepción, ha generado una cultura visual caracterizada por la inmediatez en todos los sentidos. El ojo debe estar muy entrenado para percibir rápidamente

la información, porque probablemente cuando se quiera volver a mirar, esa imagen podría no estar disponible.

En el torbellino de cambios, el conocimiento se ajusta al uso instantáneo y se concibe para que se utilice una sola vez. (...) En nuestra «modernidad líquida», las posesiones duraderas, los productos que supuestamente uno compraba una vez y ya no reemplazaba nunca más –y que obviamente no se concebían para ser consumidos una única vez–, han perdido su antiguo encanto. (Bauman, 2015, pp. 26-29)

Antes, las fotografías se tomaban con el objetivo de materializar un recuerdo de los eventos o situaciones singulares de la vida, hoy las personas están realizando registros de todas sus actividades diarias, hasta de las más cotidianas. Toman una considerable cantidad de fotografías, pero es cada vez menos frecuente manipular fotografías físicas, por el contrario se visualizan a través de las pantallas de los dispositivos (celulares, *tablets*, computadoras) y se las comparte mediante mensajería como correos electrónicos o *Whatsapp*, pero la mayor difusión, se realiza fundamentalmente a través de las redes sociales.

En 2005, cuando todavía *Facebook* no era conocida y utilizada como una red social global a pesar de que había sido creada el año anterior, y mucho menos porque aún no existían: *Whastapp*, *Instagram*, *Telegram* o *Snapchat*, (Hernández, 2005, p.16) fue capaz de deducir el futuro de la visualidad cuando citando a Mirzoeff (2003) dice: “(...) la nueva imagen tecnológica, está produciendo una nueva realidad mediante “el pitxelado de intervisualidad global (...) (que) es diferente de la imagen ensamblada del cine o del simulacro de la cultura postmoderna de los años 80”. (p. 30).

Si bien es cierto que cada época ha generado su propia cultura visual, que es el resultado del pensamiento social imperante, de las costumbres, gustos y prácticas de una determinada sociedad, hoy en día se debe sumar las influencias de las demás sociedades del resto del mundo, porque ninguna sociedad se mantiene aislada sino que está en constante interacción con el resto del planeta. Se podría decir que en la actualidad existe una cultura

visual globalizada coexistiendo en interacción con las culturas visuales locales y regionales. Esto se ha generado gracias a Internet y las posibilidades que la red brinda para que todas las personas del mundo se encuentren en el ciberespacio y puedan compartir su vida, sus gustos, sus pensamientos, sus preocupaciones, sus éxitos y sus actividades cotidianas. Ya no hay límites, la interacción se puede generar al instante, con cualquier persona por más lejos que ella esté. Se han eliminado las distancias y fronteras entre personas que antes eran muy lejanas por cuestiones como por ejemplo la posición social o las barreras del idioma. Ahora se puede “seguir” en las redes sociales la vida de un artista famoso o de un líder político igual que como la de un amigo cercano. Los espacios de encuentro han cambiado, ya no son espacios físicos y tangibles, porque el mundo virtual es capaz de vencer las dimensiones del espacio y el tiempo. Esta es la era de la visualidad digital caracterizada por el consumo y producción de imágenes que se comparten de manera continua.

La mayoría de las realizaciones audiovisuales que se encuentran en la *web*, son producto de esta cultura visual globalizada. Diariamente se consumen muchos videos realizados por personas a las que no se conoce, simplemente son personas con vidas comunes y corrientes que comparten algo de su rutina y esto no solo capta el interés de otros, sino que muchas veces se convierte en una práctica que luego es imitada por muchos y así va creciendo el flujo de videos compartidos.

La vida transcurre a través de una pasarela situada entre pantallas de todo tipo, dimensiones y funciones. Al respecto Mirzoeff (2003), dice lo siguiente:

Ahora la experiencia humana es más visual y está más visualizada que antes: disponemos de imágenes vía satélite y también de imágenes médicas del interior del cuerpo humano. [...] El norteamericano medio mayor de dieciocho años ve tan solo ocho películas al año, mientras que se pasa cuatro horas diarias frente al televisor. Estas formas de visualización se enfrentan ahora al desafío de los medios visuales de comunicación interactivos como *Internet* y las aplicaciones de la realidad virtual. (Mirzoeff, 2003, p. 17)

Estas palabras escritas por Mirzeoff hace más de veinte años, son predictivas de la realidad actual. Hoy no se trata solo de la televisión o la computadora, sino que son los dispositivos celulares los que en mayor medida mantienen a las personas y fundamentalmente a los adolescentes un importante número de horas cada día, frente a una pantalla. Estos aparatos, sin dudas han generado un incremento sustancial en el consumo de productos audiovisuales por parte de niños, adolescentes, jóvenes y adultos. Es en la actual era digital de los *smartphones*, cuando las personas están casi permanentemente conectadas a *Internet*, navegando continuamente por las redes. Los adolescentes, a diferencia de los adultos, se informan, se comunican e interactúan con el mundo casi exclusivamente a través de ellas. Son muy interesantes los análisis que realiza Manuel Castells a través de su vasta producción literaria. Las redes sociales han generado cambios indiscutibles en las maneras de interactuar de los individuos y estos son muy evidentes en los jóvenes. Castells (2001), se refiere a la evolución de las redes sociales como “el auge del individualismo en todas sus expresiones”, mientras que desde un aspecto distinto Wellman (2000), las define como comunidades personalizadas, encarnadas en redes centradas en el yo. Las redes sociales a través de los dispositivos celulares, son el ámbito donde los adolescentes desarrollan su comunicación e interacción con el mundo, manifiestan y encuentran eco a sus intereses y donde sucede el encuentro con la motivación para sus creaciones. Al evocar a todos estos teóricos y sus palabras, no se está hablando de otra cosa que no sea de la Cultura visual que caracteriza la vida en el mundo actual. “La vida moderna se desarrolla en la pantalla. En los países industrializados, la vida es presa de una progresiva y constante vigilancia visual: cámaras ubicadas en autobuses, centros comerciales, autopistas, puentes y cajeros automáticos” (Mirzeoff, 1999, p. 17)

Este autor dice que las personas se informan de lo que sucede en el mundo a través de la televisión, más que de cualquier otro medio de comunicación ya que para la mayoría de las personas “(...) ver es más importante que creer”, lo que está indicando el increíble poder que adquieren los medios de comunicación, sobre todo cuando estos tienen la posibilidad de incluir la imagen como recurso o prueba para demostrar lo que se dice. La vida cotidiana se vuelve cada vez más saturada de imágenes, pero las personas están en constante proceso de adaptación y readaptación de manera que el cerebro se va volviendo cada vez más veloz en su



capacidad para realizar la lectura de las imágenes que inundan el campo visual de cada individuo.

El hiperestímulo de la cultura visual moderna, desde el siglo XIX hasta nuestros días, se ha dedicado a intentar saturar el campo visual. Este proceso fracasa constantemente, ya que cada vez aprendemos a ver y a conectar de forma más rápida. (Mirzoerff, 2003. Pág. 23)

Si bien todas las personas, que cohabitan en un determinado entorno social y temporal, independientemente de sus edades, están inmersas en una misma cultura visual, son los jóvenes quienes demuestran tener una percepción más profunda y consciente de ella. A diferencia de épocas pasadas en las que eran los adultos quienes transmitían a los jóvenes las costumbres y hábitos sociales, hoy parece que esa transmisión ha cambiado de dirección. Son los más jóvenes quienes van marcando las pautas a la hora de generar los hábitos que se estilan con respecto al uso de las tecnologías y las prácticas sociales de moda. Ya no importa conservar las tradiciones, sino que interesa más sumarse a las nuevas tendencias. Los jóvenes han desarrollado el hábito de registrar todo lo que hacen durante el transcurso de su día para compartirlo en las redes sociales, los adultos han ido incorporando esos hábitos, quizás porque han empezado a disfrutar de los resultados del registro y los beneficios que tiene compartirlos, al evidenciar que producen reacciones y entablan comunicación con muchas personas, generando satisfacción al ver los “likes”, “corazones” o “me gusta” que se obtienen.

Tradicionalmente cada generación tenía definido sus comportamientos los cuales estaban determinados por sus roles en la sociedad, pero en la actualidad esos límites o diferencias se han visto desvanecidos. Todos pueden crear imágenes y contenidos audiovisuales y compartirlos. Todos usan las redes sociales para compartir las actividades diarias y hay adultos muy avocados a esa práctica. Nuevas figuras han surgido en el mundo de las redes sociales conquistando la fama y son en su mayoría los más jóvenes quienes los siguen y admiran, convirtiéndose en verdaderos fans. Ellos y ellas, tienen el poder de influenciar en los gustos y preferencias de los usuarios a la hora de elegir por ejemplo, el estilo de ropa que se debe vestir, la película que se debe ir a ver al cine, la marca del dispositivo

celular que se debería tener, el modelo y color de jean que está bien usar, las palabras que debes emplear para interactuar exitosamente en el mundo virtual, etc. Justamente el nombre que los identifica es “*influencers*”. Estos personajes son los reyes de las redes sociales y el nivel de popularidad que alcanzan los convierte en referentes muy seductores para los más jóvenes y para todos aquellos que quieren estar inmersos en el último grito de la moda y actualizados en otros aspectos. Siguen sus sugerencias, sin importar o tener en cuenta que los *influencers* en realidad promocionan las marcas de aquellos productos que las empresas fabricantes les envían de regalo para que sean publicitadas en sus canales o cuentas. Ni siquiera se trata de una elección personal consciente, pero así funciona el *marketing* en el mundo de la publicidad.

Hay otros personajes que al igual que los *influencers*, se han coronado como los más populares del sitio, pero al ser exclusivos de *YouTube*, su nombre es *youtubers*. Estas figuras se ganan la vida y la popularidad compitiendo entre ellos por la cantidad de suscriptores que siguen su canal, los “*Likes*” que obtienen y la cantidad de visualizaciones de sus videos. Para eso hay que ser creativos y atrapar el interés del usuario para que además de ver el video, también le brinde el tan esperado “*me gusta*” y por supuesto comparta con otros usuarios invitándolos a suscribirse a su canal. Como dato curioso, vale destacar que uno de los primeros *youtubers* que cobró relevancia en los inicios de *YouTube* en otoño del 2006, no era precisamente joven, así lo relata en su tesis doctoral Antolín Prieto (2012, p. 32)

(...) por aquel entonces, 975.000 espectadores seguían las reflexiones de un jubilado británico de 79 años sobre su vida (...) su alias era *geriatric 1927*, se hacía llamar Peter, y sus videos se llamaban *Telling it all* (Contándolo todo). Peter hablaba de su propia adolescencia y juventud (...), y varias de las historias que generaron más interés tenían que ver con la Segunda Guerra Mundial (...), se convirtió en el segundo miembro de *YouTube* en cuanto a la cantidad de usuarios suscritos desde que este canal fuera inaugurado a mediados de 2005.

Orlando González (2018) en su trabajo “Análisis de la narrativa audiovisual de los *Youtubers* y su impacto en los jóvenes colombianos” establece que los adolescentes son grandes consumidores de las creaciones de los *Youtubers*. Conocen, se informan y aprenden a través de sus videos. Las formas y estilos de estos comunicadores, para mediar la información, ejercen influencia en sus formas de expresarse y comunicar ideas.

En la actualidad, hay *youtubers* e *influencers*, que logran alcanzar niveles de popularidad casi tan relevantes como los integrantes de las bandas musicales más exitosas y los actores y actrices de Hollywood o las modelos contratadas por las marcas más caras y famosas del mundo.

*YouTube* es una plataforma que podría describirse como mediadora de la cultura visual del momento, pero también y a pesar de ser un sitio relativamente nuevo, ya que aún no llega a los 20 años de existencia, es uno de los repositorios de imágenes más grandes del mundo. Los *Youtubers* son los encargados de dirigir las preferencias, los gustos y los intereses de los usuarios. Aran-Ramspott, Fedele y Tarragó (2018) citando a otros, destacan el motivo por el cual los *youtubers* ejercen tanta influencia en los más jóvenes.

En cuanto a las funciones sociales, redes sociales como *Instagram*, *Facebook* y *YouTube* se han convertido en un área relevante de interrelación social para los adolescentes en el contexto de su proceso de construcción de la identidad (Ahn, 2011). En el caso de *YouTube*, según Pérez-Torres y otros (2018: 63), los jóvenes usuarios muestran un uso mayoritariamente pasivo, una característica que puede favorecer en gran medida el rol de los *youtubers* como modelos de referencia en la construcción de la identidad juvenil. (p. 2)

## CAPÍTULO III

### 6. MARCO METODOLÓGICO

En este apartado se explicitan los lineamientos metodológicos que fueran considerados más útiles para esta investigación, argumentando su elección y haciendo un breve recorrido por las distintas etapas implementadas en el trabajo de campo.

#### 6.1. Metodología o tipo de Investigación

Este trabajo, se enmarca en la teoría de la investigación analítica, confrontando la teoría con la realidad, con el propósito de obtener la mejor comprensión del tema estudiado. El nivel de profundidad no está determinado por un solo tipo, sino que es un trabajo mixto, combinando lo descriptivo, explicativo y comparativo.

Es una investigación de carácter microsociológica, de campo y empírica. La metodología aplicada en este trabajo de investigación es mixta, combinando lo cualitativo y cuantitativo, a pesar de que el instrumento elegido para la recolección de datos fue únicamente la encuesta. Se consideró dicho recurso el más apropiado, dado que la finalidad era poder llegar a un número considerable de jóvenes y docentes, logrando de esta manera una suficiente cantidad de consultas, para establecer conclusiones sólidas.

#### 6.2. Selección de la Muestra

En cuanto a la población que se determina como objeto de estudio, son adolescentes comprendidos en la franja etaria entre 16 y 18 años que cursan segundo y tercer año de bachillerato de todas las orientaciones y opciones que ofrece la propuesta educativa de educación secundaria. Se seleccionaron dos liceos públicos y dos colegios privados de la ciudad de Melo, capital del departamento de Cerro Largo en la República Oriental del

Uruguay. Los liceos públicos son: el Liceo N°1, Juanan de Iborbourou y el Liceo N°2, Justino Zavala Muniz. Las instituciones privadas son: Colegio Yvynará y Colegio María Auxiliadora respectivamente.

### **6.3. Trabajo de campo**

Se llevó a cabo en los períodos de octubre y noviembre de 2021 y luego en marzo, abril y mayo de 2022, teniendo en cuenta que entre esas dos etapas, estuvo el receso de verano que es el período de vacaciones comprendido entre la finalización de un año lectivo y el comienzo del siguiente. Esto significa que los alumnos que cursan segundo año de bachillerato en 2021, son los alumnos de tercer año de bachillerato en 2022. Los alumnos de segundo año de bachillerato 2022, son participantes nuevos en esta investigación y los alumnos de tercer año de bachillerato 2021, ya no se encuentran en el sistema por haber finalizado sus estudios secundarios.

El trabajo de campo se desarrolló, incluyendo también a los docentes de estos alumnos. La muestra se auto-determina por la participación voluntaria de alumnos y docentes. El procedimiento fue realizado de la siguiente manera: luego de obtener los permisos de los equipos de dirección de las distintas instituciones, se procedió de acuerdo a las estrategias sugeridas por los directores. En el ámbito público, se visita algunos grupos para explicar los motivos por los cuales se les solicita completar la encuesta, en otros grupos se procede con ayuda de los profesores adscriptos y colegas docentes, quienes se encargan de compartir los objetivos de este trabajo a través de mensajes enviados al grupo de *Whatsapp*, integrado por los alumnos delegados, es decir un representante por cada grupo de segundo y tercero de bachillerato y se solicita a éstos que compartan la información y la invitación con sus compañeros. Se envía también el enlace de las encuestas, aclarando que la participación es totalmente voluntaria. En el ámbito privado, las instituciones tienen una población estudiantil considerablemente más pequeña que en el público. Se aplicaron las encuestas de la siguiente manera: en el Colegio Yvynará fue la Directora quién explicó los objetivos y envió el enlace a los alumnos. En el Colegio María Auxiliadora, la Dirección autorizó visitar los grupos para explicar en persona los cometidos de la investigación y se proporcionó el enlace a uno de los alumnos para que fuera luego compartido con los compañeros, también utilizando la

aplicación *Whatsapp*. Se trató de contemplar que los alumnos encuestados fueran representativos de todas las orientaciones de 5° año (segundo de bachillerato) y de las correspondientes opciones de 6° año (tercer año de bachillerato). Las diversificaciones u orientaciones que se encuentran en la oferta educativa de segundo año de bachillerato son: Artística, Biológica, Científica y Humanística, mientras que las opciones para tercer año de bachillerato son: Arte y Expresión, Ciencias Biológicas, Ciencias Agrarias, Matemática y Diseño, Físico - Matemático, Ciencias Sociales y Ciencias Económicas.

#### 6.4. Técnica e instrumentos de recolección de los datos

Como se mencionara anteriormente, se empleó como técnica, el recurso de la encuesta para realizar las consultas a los alumnos y a los docentes. Las encuestas fueron *on line*, auto administradas y diseñadas usando los formularios de *Google forms* para facilitar la distribución y aplicación de las mismas ya que son recursos muy conocidos tanto por alumnos así como también por docentes. Se diseñaron tres propuestas diferentes, dos para los alumnos y una para los profesores, utilizando como instrumento, el cuestionario en el que se plantearon dos modelos para las respuestas: la opción múltiple y la respuesta abierta. La primera encuesta para los estudiantes, llamada “Consumos Audiovisuales de los Jóvenes” tuvo la participación de 62 alumnos durante los meses de octubre y noviembre del 2021 y la segunda llamada “Estudiando en *YouTube*” fue respondida por 120 alumnos entre los meses de abril y mayo de 2022. La encuesta elaborada para los docentes, obtuvo la respuesta de 45 profesores, entre los meses de marzo y abril de 2022. Para la encuesta aplicada a los profesores, titulada “Los docentes y *YouTube*”, se estableció el siguiente criterio: se encuestó a docentes de las diferentes áreas del conocimiento tanto de la enseñanza pública como también de la privada. La estrategia de aplicación fue similar a la de los alumnos, compartiendo el enlace por los grupos de *Whatsapp* con un mensaje previo de solicitud de colaboración y agradecimiento a quienes estuvieran dispuestos a dedicar su tiempo para responder.

Si bien el tema de esta investigación apunta al consumo audiovisual de los contenidos de *YouTube* con fines educativos, por parte de los jóvenes, se considera de vital importancia conocer la opinión de los docentes con respecto a esta práctica, ya que los profesores son

actores fundamentales, en referencia al acto educativo. De esta manera se logró integrar con mayor coherencia todos los contenidos del marco teórico, que en todo momento hacen referencia al rol del docente como agente de relevancia en la creación y diseño del proceso de enseñanza.

### **6.5. Estructura de las encuestas**

Como se mencionara anteriormente, las encuestas diseñadas para los alumnos, fueron dos. La primera fue pensada para una recolección de datos muy general con el objetivo de estimar ante todo, la viabilidad de la investigación. Para eso era necesario conocer cuáles son los recursos utilizados por los alumnos cuando se trata de buscar información solicitada por los profesores del liceo. Las preguntas son de carácter exploratorio y el objetivo es comprobar si efectivamente los alumnos consumen contenidos de la Plataforma *YouTube* cuando deben buscar información para cumplir con las demandas correspondientes a la educación formal.

La información que se obtuvo fue la necesaria para determinar que esta investigación era viable. De esta primera encuesta se obtienen datos que fueron analizados desde la metodología cuantitativa, obteniendo valores porcentuales que ubican a los alumnos en una determinada categoría de consumo. Del resultado de esta primera encuesta dependía el diseño y la aplicación de la segunda que tiene una estructura que apunta más a lo indagatorio, en la que el objetivo es conocer el porqué, es decir los motivos por los cuales eligen esa práctica como hábito o recurso a la hora de estudiar. Los resultados de esta segunda recolección de datos son analizados dentro de las metodologías cuantitativa y cualitativa respectivamente, ya en que esta encuesta se realiza el planteo de dos preguntas abiertas de vital importancia cuyas respuestas, posibilitan realizar una valoración descriptiva con referencia al empleo que hacen los alumnos de bachillerato, de los contenidos de *YouTube*, cuando estos se utilizan con un fin particularmente educativo. Esta segunda encuesta, se aplicó exclusivamente a los alumnos que de antemano responden afirmativamente a la pregunta relacionada con la utilización de contenidos de *YouTube* como recurso para obtener información para sus cursos del liceo. Interesa además de conocer el motivo por el cual eligen esos contenidos de la plataforma, la estrategia de estudio que aplican para el aprendizaje, cómo justifican la

preferencia por ver un video en vez de leer un texto, conocer su valoración sobre los resultados que esta modalidad de estudio les genera en su desempeño académico y finalmente se indaga sobre la utilización de contenidos de *YouTube* por parte de sus docentes como recurso didáctico.

Para poder conocer la influencia que ejercen los consumos audiovisuales de los jóvenes en sus procesos de aprendizaje, era necesario encuestar a los docentes para saber si ellos evidenciaban la práctica de esos consumos en las actuaciones y participaciones de sus alumnos. La encuesta aplicada a los docentes, tiene el objetivo de conocer la valoración que los educadores realizan con respecto a los aprendizajes que logran los alumnos que utilizan los contenidos de *YouTube* como estrategia de estudio. No menos importante es conocer también las prácticas de los profesores y la incorporación de los contenidos de *YouTube* a sus clases, cuando los utilizan como recursos didácticos, para poder finalmente establecer si estas prácticas pueden de alguna manera influir en los alumnos para que prefieran estudiar viendo videos en vez de estudiar mediante la consulta directa en libros o textos que provienen de ellos.

## **6.6. Análisis de los resultados**

La ventaja que tiene usar formularios de *Google* es que una vez que se va a procesar los datos recogidos en la encuesta, el formulario tiene una vista llamada “Respuestas” en la que los resultados aparecen graficados por defecto. Esto se genera para aquellas preguntas en las que la modalidad propuesta fue opción múltiple. Otra de las ventajas que ofrecen estos formularios es que los gráficos se pueden insertar en otros documentos. Los gráficos que se generan son de gran valor, ya que contiene el cálculo del porcentaje de respuestas que obtuvo cada opción, facilitando de esta manera el análisis de la información recabada y evitando la necesidad de tener que usar un software específico para el procesamiento de los datos. En los casos de procesamiento de las preguntas abiertas, en las que el formulario de *Google* solamente muestra las respuestas ordenadas cronológicamente, se consideró de utilidad establecer una categorización para ordenar dichas respuestas y luego graficar los resultados



de las mismas. Para eso, se debió recurrir a la utilización de las herramientas del *software Excel*.

## CAPÍTULO IV

### 7. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Internet forma parte de la vida de los jóvenes con una naturalidad como si hubiera existido siempre. No logran concebir la vida sin estar conectados a la *web* de manera constante. El ciberespacio es el lugar para establecer la comunicación con amigos, familiares y compañeros, informarse de lo que sucede en el mundo y en su entorno, es el lugar para manifestar sus estados de ánimo, sus preferencias y sus disgustos, usando para eso constantemente las redes sociales. A través de sus dispositivos móviles, están vinculados con aquello que involucra sus intereses y conectados de manera continua para no correr el riesgo de perderse nada, obteniendo toda la información al instante. Van publicando detalles de sus vidas, incluso cuando está transcurriendo su tiempo dentro de las instituciones educativas. La educación formal ha estado intentando luchar contra todo esto que tanto distrae a los estudiantes, pero viene perdiendo las batallas una tras otra y al final ha tenido que dar la razón al viejo y conocido dicho “si no puedes con tu enemigo, únete a él”. En los últimos años, los sistemas formales de educación vienen generando propuestas para incluir a las redes sociales y todo el entorno virtual que suministra *Internet*, como vías que pueden proporcionar recursos didácticos para el desarrollo de actividades pedagógicas. Actualmente la utilización de los insumos que brindan las tecnologías digitales a través de los recursos que tienen como soporte

la *web*, son bien vistas en las prácticas de enseñanza. El gobierno ha proporcionado redes de conexión *WiFi* en las instituciones de todos los subsistemas educativos. Hoy por hoy es indispensable contar con una buena conexión para poder desarrollar con normalidad la tarea educativa. Se puede determinar sin temor a equivocarse que *Internet* es para la mayoría, el recurso más usado para buscar la información relacionada a las necesidades escolares. La oferta de contenidos que brinda la Plataforma *YouTube*, cubre satisfactoriamente las demandas de los jóvenes y con este trabajo de investigación, lo que se quiere saber es:

- los motivos que los llevan a optar por esta práctica a la hora de estudiar
- el tipo de resultados que obtienen cuando resuelven sus actividades escolares mediante el consumo de los productos que se ofrecen en la plataforma *YouTube*
- las características que tiene que tener dicha producción audiovisual para ser considerada útil a sus propósitos o necesidades.

Sus opiniones se van a confrontar con las de los profesores para conocer si hay coincidencias entre los criterios manejados por los distintos actores del proceso educativo.

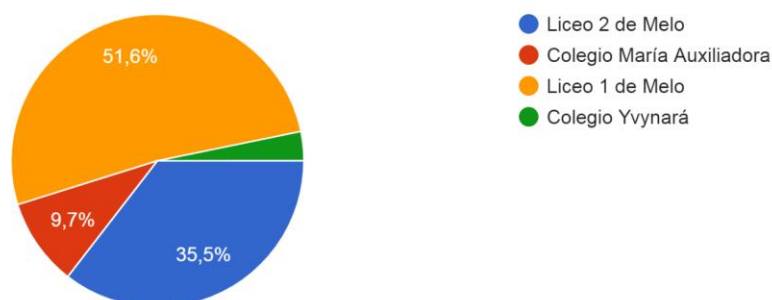
## 8. ENCUESTA: CONSUMOS AUDIOVISUALES DE LOS JÓVENES



[Imagen Encuesta 1 Alumnos](#)

Esta encuesta fue respondida por 62 alumnos de 5° y 6° año de educación secundaria. En referencia a las instituciones en las que se aplicó la misma, los porcentajes de respuestas recibidas fueron las siguientes:

Liceo  
62 respuestas

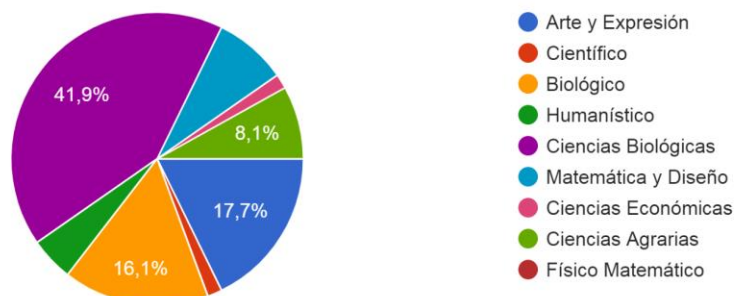


Liceo N°1 - Público	Liceo N°2 - Público	Colegio María Auxiliadora Privado	Colegio Yvynará Privado
51,6%	35,5%	9,7%	3,2%

Cabe destacar que los porcentajes son representativos de la matrícula de cada institución, ya que los liceos públicos tienen una matrícula considerablemente mayor que la de los liceos privados. El Liceo N°1 de Melo, es el Liceo Departamental de Cerro Largo y es el único de la ciudad que en su oferta tiene todas las orientaciones y opciones para bachillerato.

## Orientación que estás cursando

62 respuestas



Con respecto a las orientaciones de 5° año y opciones de 6° año, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera:

## Segundo año de Bachillerato (5° año)

<b>Biológica</b>	<b>Humanística</b>	<b>Científica</b>	<b>Artística</b>
16,1%	4,8%	1,6%	0%

## Tercer año de Bachillerato (6° año)

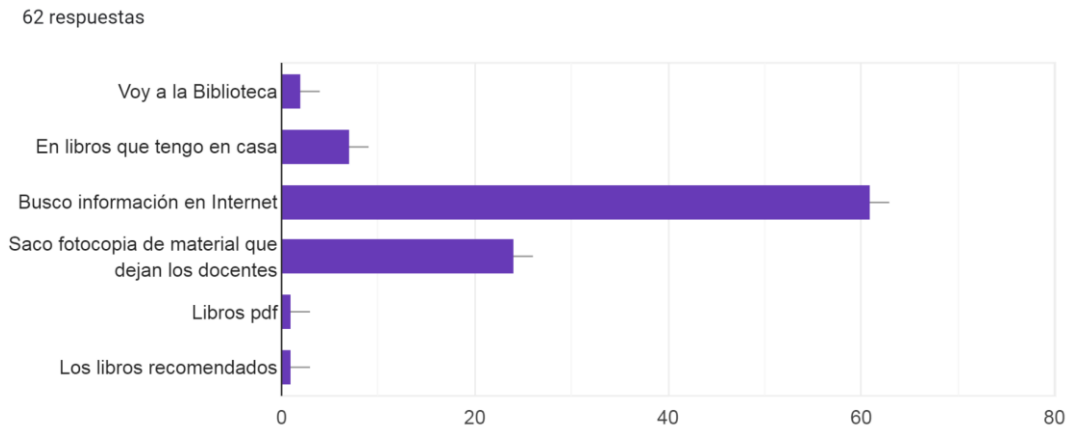
<b>Ciencias Biológicas</b>	<b>Arte y Expresión</b>	<b>Ciencias Agrarias</b>	<b>Matemática y Diseño</b>	<b>Ciencias Económicas</b>	<b>Ciencias Sociales</b>	<b>Físico Matemático</b>
41,9%	17,7%	8,1%	8,1%	1,6%	0%	0%

Es importante reiterar que esta primera encuesta tenía como objetivo principal, establecer la viabilidad del tema de investigación.

### Pregunta 1 - opción múltiple

#### Cuando te mandan estudiar un tema en el liceo, ¿Dónde buscas la información?

Se podía seleccionar más de una opción. De acuerdo a las opciones establecidas, los porcentajes de respuestas en cada una de ellas, fueron las siguientes:



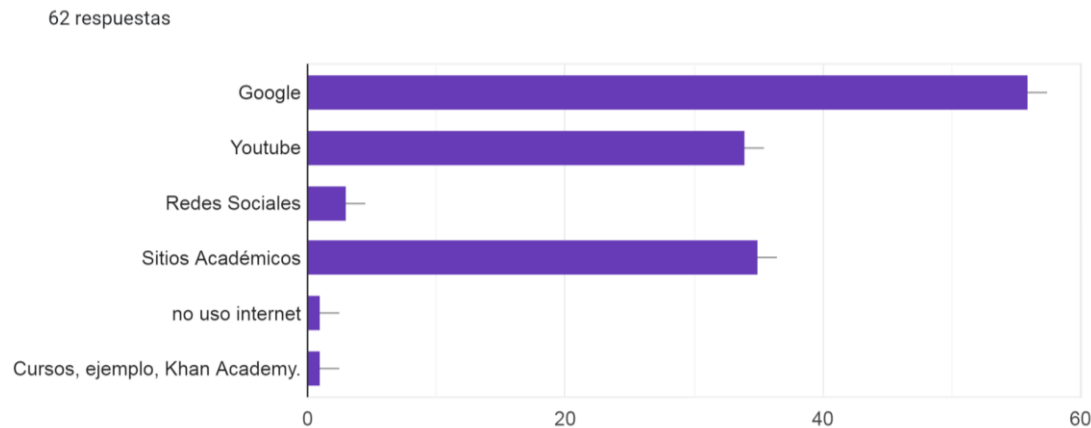
Voy a la biblioteca	En libros que tengo en casa	Busco información en Internet	Saco fotocopias de material que dejan los docentes	Otros Libros en PDF	Otros Los libros recomendados
3,2%	11,3%	98,4%	38,7%	1,6%	1,6%

En esta primera pregunta se extrae un dato de suma importancia, que es la utilización de Internet para las tareas educativas. Se evidencia que un porcentaje muy cercano al 100% de los alumnos utiliza *Internet* a la hora de realizar sus actividades de estudio. Hay un porcentaje considerable de alumnos que aún compra la fotocopia del material que deja su profesor y esto quizás tenga que ver con que su docente aún continúa poniendo en práctica la misma forma de hacer llegar los materiales a sus alumnos que ha venido utilizando desde siempre. No hay que olvidar que en el equipo docente hay profesionales que tienen más de 20 años de carrera docente.

**Pregunta 2 - opción múltiple**

**Si entre tus respuestas al planteo anterior está la opción "Internet", ¿En cuál de estos sitios buscas información?**

En esta respuesta también se podía elegir más de una opción. Los porcentajes obtenidos por cada una de las opciones propuestas fueron los siguientes:



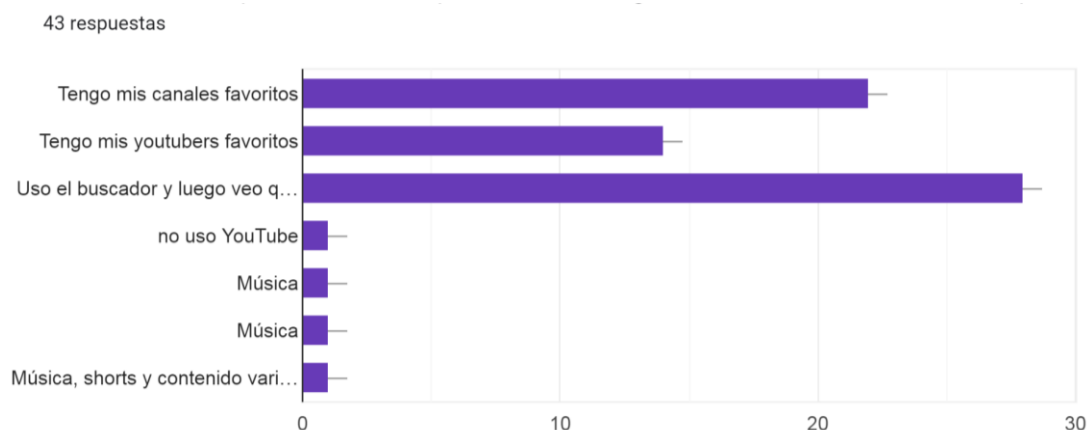
<i>Google</i>	<i>YouTube</i>	<b>Redes Sociales</b>	<b>Sitios Académicos</b>	<b>Otros E.j.Khan Academy</b>	<b>No uso Internet</b>
90,3%	54,8%	4,8%	56,5%	1,6%	1,6%

Esta pregunta es quizás la más importante de esta encuesta porque la respuesta de la opción N°2, indica que más de la mitad de los jóvenes visita la plataforma *YouTube* en busca de contenidos que le brinden información a la hora de estudiar. Es importante tener en cuenta que muchas veces cuando se busca material en *Internet*, muchos sitios tienen enlaces a videos que están en la Plataforma *YouTube*, por lo que aunque la búsqueda no comience por *YouTube*, el usuario termina llegando al sitio de todas formas. El porcentaje de alumnos que no usa *Internet* para la búsqueda de materiales de estudio, es ínfimo.

### Pregunta 3 - opción múltiple

Si entre tus respuestas, está la opción "*YouTube*", ¿Qué consumes más dentro de la plataforma?

Esta respuesta también presentaba la posibilidad de elegir más de una opción.



Tengo mis canales favoritos	Tengo mis <i>youtubers</i> favoritos	Uso el buscador y luego veo que sale	Otros Música	Otros Contenidos varios	No uso <i>YouTube</i>
51,2%	32,6%	65,1%	6,9%	2,3%	2,3%

En estas respuestas se evidencia que hay alumnos que no comprendieron el sentido de la pregunta ya que al responder "Música" y "Contenidos varios" en la opción otros, no tuvieron en cuenta que se estaba preguntado sobre las preferencias dentro de la plataforma *YouTube* cuando el objetivo de la búsqueda es exclusivamente educativo, es decir la finalidad es encontrar material de estudio.

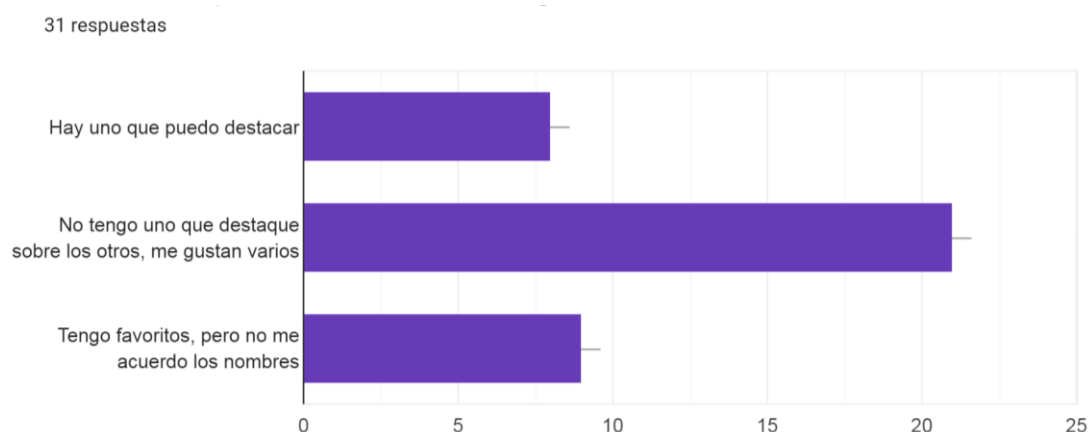
También se puede detectar cómo se incrementa, con respecto a la pregunta anterior, el porcentaje de alumnos que usa *YouTube* para estudiar. 34 de 62 alumnos habían respondido afirmativamente, es decir el 54,8% y en esta pregunta si obviamos los cinco alumnos que están ubicados en las últimas tres categorías (que no usarían *YouTube* para estudiar) restan 38 de 62 alumnos lo que significa un 61,3%. De los estudiantes que usan el sitio para buscar material

de estudio, un porcentaje muy cercano a la mitad reconoce tener canales o *youtubers* favoritos, mientras que la mayoría usa el buscador de la plataforma y luego va realizando la visualización de los videos que el sitio selecciona, para determinar cuál de ellos le aporta la información más útil.

#### **Pregunta 4 - opción múltiple**

##### **Si en tus respuestas, seleccionaste "Tengo mis canales favoritos"**

Esta pregunta es de carácter meramente exploratoria. El objetivo es confirmar si en general los alumnos son consumidores de contenidos de *YouTube* porque siguen a un *Youtuber* en particular o es por la oferta de la Plataforma en general.



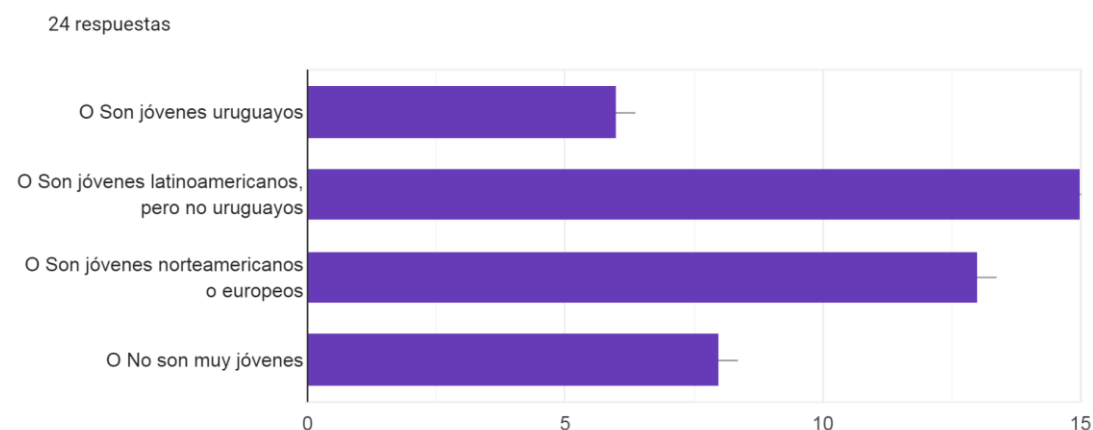
<b>Hay uno que puedo destacar</b>	<b>No tengo uno que destaque sobre los otros, me gustan varios</b>	<b>Tengo favoritos, pero no me acuerdo de los nombres</b>
25,8%	67,7%	29%



Esta pregunta confirma lo que se analiza en la anterior. La mayoría de los alumnos no son fieles seguidores de un *youtuber* o canal a la hora de buscar recursos educativos, sino que prefieren indagar y buscar lo más conveniente entre las distintas propuestas que allí encuentra.

### Pregunta 5

Si respondiste: "Tengo mis *Youtubers* favoritos" ¿Quiénes son ellos?

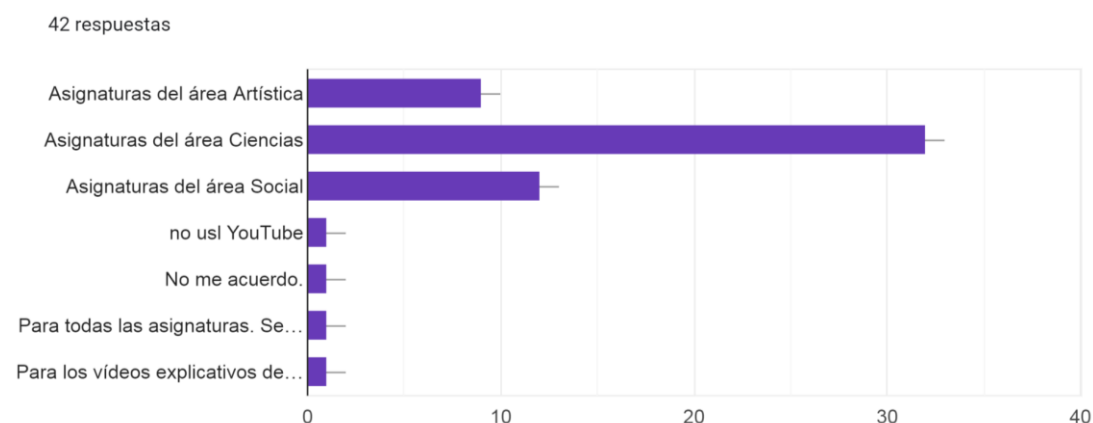


Son jóvenes uruguayos	Son jóvenes latinoamericanos, pero no uruguayos	Son jóvenes norteamericanos o europeos	No son muy jóvenes
25%	62,5%	54,2%	33,3%

Frente a esta pregunta, las respuestas solo brindan la posibilidad de establecer que las elecciones en cuanto a los *youtuber* que siguen, son bastante variadas. Cabe destacar que estas generaciones están abiertas a propuestas multiculturales. Son auténticos y activos ciudadanos del mundo globalizado en el que vivimos.

### ***Pregunta 6 - opción múltiple***

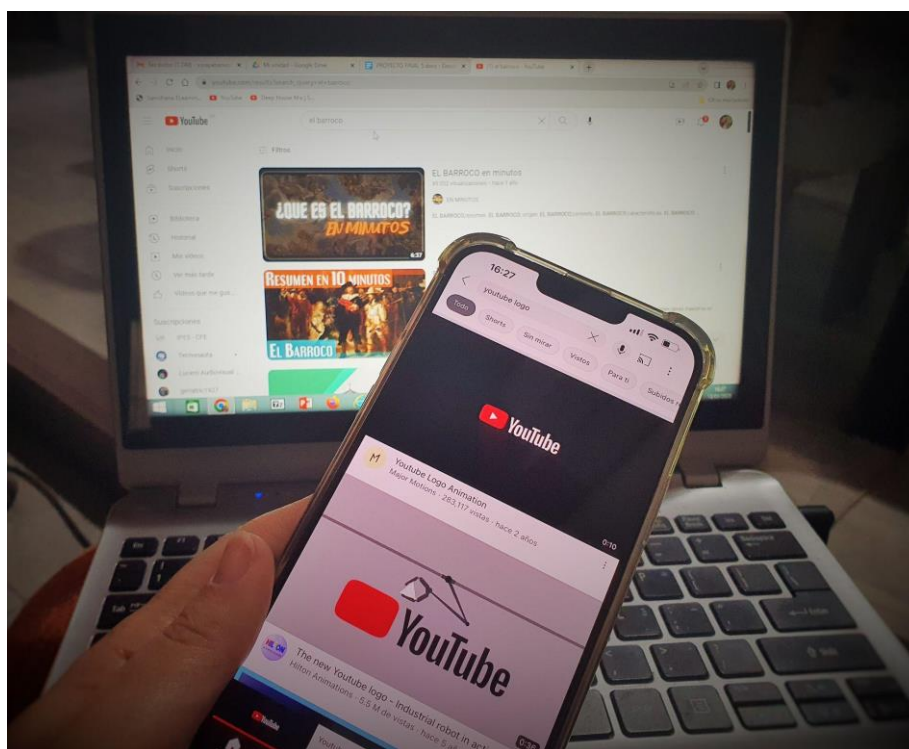
**¿Para cuál o cuáles asignaturas usas más los videos de *YouTube* para estudiar?**



Asignaturas del área Artística	Asignaturas del área Ciencias	Asignaturas del área Social	Otros Videos explicativos de Matemática	Otros Para todas las asignaturas	Otros No uso <i>YouTube</i>	Otros No me acuerdo
21,4%	76,2%	28,6%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%

Estas respuestas son directamente proporcionales a las orientaciones y opciones que cursan los alumnos, por lo tanto la información que brindan tiene la relevancia de confirmar que independientemente del área de conocimiento que predomine en la diversificación elegida, hay un porcentaje importante de alumnos que recurren a los contenidos de la Plataforma *YouTube* a la hora de obtener información para sus actividades educativas formales. También se puede establecer que *YouTube* brinda contenidos para todos, independientemente del área de interés de los usuarios.

## 9. ENCUESTA: ESTUDIANDO EN *YOUTUBE*



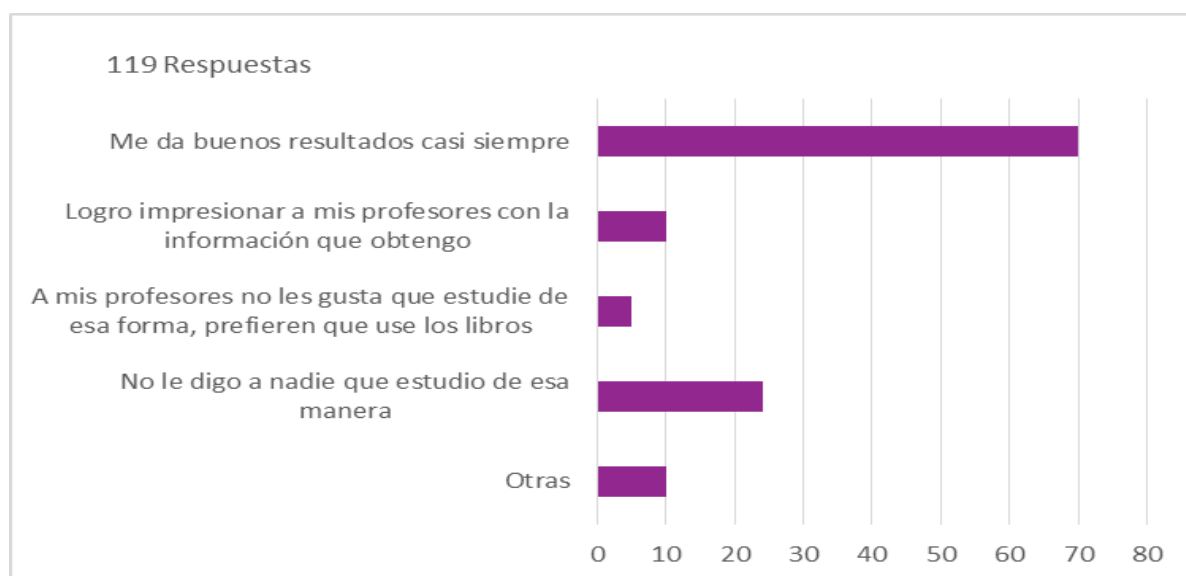
El objetivo de esta encuesta es obtener la información necesaria para poder responder a las preguntas que se han realizado en esta investigación. La misma fue aplicada en dos etapas. La primera en el mes de abril de 2022, obteniendo 27 respuestas. La segunda etapa fue aplicada al mes siguiente y se le agregaron algunas preguntas para enriquecer la recolección

de información. Se obtuvieron 97 respuestas más, sumando un total de 120 alumnos encuestados.

### **Pregunta 1 - opción múltiple**

En esta pregunta tenían la posibilidad de seleccionar una sola respuesta. Si en las opciones dadas, no encontraban la respuesta con la que se identificaban, podían seleccionar la opción “Otras”. En este caso tenían la libertad de escribir la respuesta deseada.

### **Estudiar mirando videos en YouTube:**



<b>Me da buenos resultados casi siempre</b>	<b>Logro impresionar a mis profesores con la información que obtengo</b>	<b>A mis profesores no les gusta que estudie de esa forma, prefieren que use los libros</b>	<b>No le digo a nadie que estudio de esa manera</b>	<b>Otras</b>
58,8%	8,4%	4,2%	20,2%	8,4%

La opción “otra” fue elegida por 10 alumnos y las respuestas que registraron fueron las siguientes:

- Considero que el contenido audiovisual es una mejor forma de estudiar que leer libros, no hablo del contenido sino de la forma
- me ayuda a comprender mejor los temas
- Es más fácil.
- El 50% encuentro lo que busco, y cuando lo hago casi siempre me da buenos resultados, pero a veces los videos me proporcionan información errónea o me confunden
- A veces estudio de esa manera y algunas dan buenos resultados
- Me ayuda a veces
- Rara vez estudio mirando videos en *Youtube*.
- Lo uso poco
- No me gusta estudiar con vídeos, prefiero el material físico
- No me acuerdo

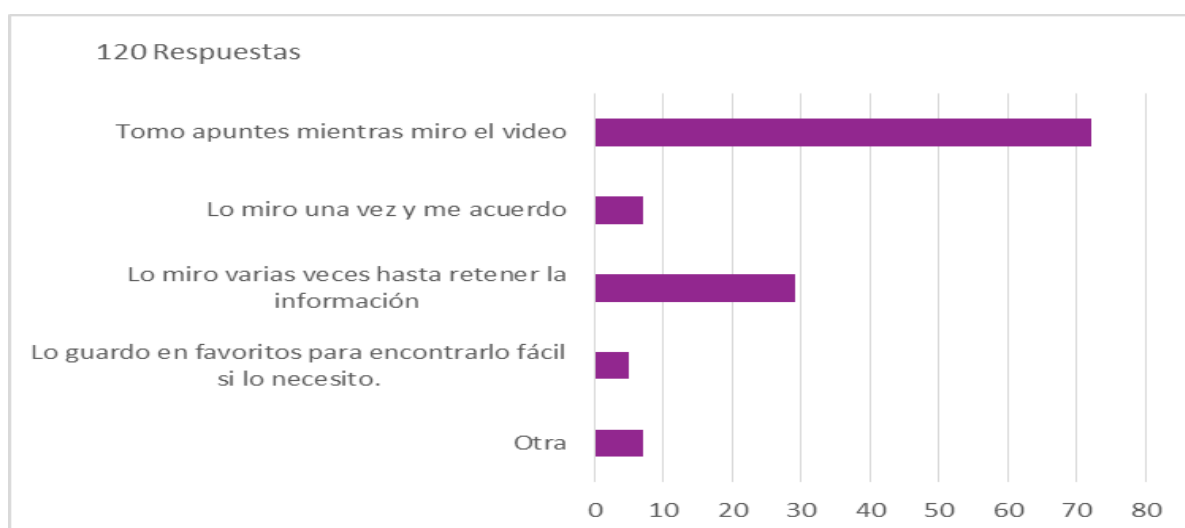
Más de la mitad de los alumnos reconoce que la práctica de mirar videos en *YouTube* a la hora de estudiar, les aporta conocimientos que generan resultados positivos en sus estudios (58,8%). Si a esto se le suma la respuesta “Logro impresionar a mis profesores con la información que obtengo” (8,4%) y de las respuestas en la opción “Otras”, en las que seis de las 10 respuestas están alineadas con estudiar mirando videos de *YouTube* y obtener buenos resultados (5,04%), suma un total de 72,24% de respuestas que están valorando la práctica de consumir videos de *YouTube* como favorables a la hora de estudiar. Por otro lado hay un 20,2% que reconoce realizar la práctica de ver los videos pero lo mantiene en privado. Si bien no se sabe si los resultados que obtiene son buenos, se sabe que utiliza los contenidos del sitio con el objetivo de estudiar y esto suma un total de 92,44% de alumnos que encuentran en la Plataforma *YouTube* la información que necesitan para cumplir con las demandas de sus cursos.

### ***Pregunta 2 - opción múltiple***

#### **¿Cómo retengo lo que estudio?**

Al igual que en la pregunta anterior, solo podían seleccionar una opción para la respuesta y en caso de no encontrar la indicada, podían escribir su respuesta seleccionando la opción “Otra”

En esta pregunta, el objetivo es indagar sobre las estrategias de estudio que emplean para incorporar, asimilar o recordar la información que contienen los videos.



<b>Tomo apuntes mientras miro el video</b>	<b>Lo miro una vez y me acuerdo</b>	<b>Lo miro varias veces hasta retener la información</b>	<b>Lo guardo en favoritos para encontrarlo fácil si lo necesito.</b>	<b>Otro</b>
60%	5,8%	24,2%	4,2%	5,8%

Siete alumnos eligieron la opción “otra” y sus respuestas fueron las siguientes:

- tomo apuntes y guardo el video
- Lo miro varias veces y tomo apuntes, trato de resolver el problema ayudándome con el video
- Lo miro una vez y me voy comentando a mí mismo lo que entiendo para ayudarme recordar
- Si quiero una redacción o esquema uso apuntes. Sino una vez y me acuerdo.
- Todas las opciones
- He usado todas las opciones que aquí se presentan dependiendo del tema a estudiar
- Todas las anteriores.

Cuando se analizan las respuestas dadas a ésta pregunta, la información que más llama la atención es que la mayoría de los alumnos continúan usando la práctica tradicional de tomar apuntes. De los siete alumnos que redactaron su respuesta en la opción “Otra” todos dicen haber usado el recurso del registro escrito, por lo que el total de alumnos que toma o ha tomado apuntes para organizar la información que brinda el video sería de un 65,8%.

### ***Pregunta 3 - respuesta abierta***

#### **¿Por qué prefieres ver videos a estudiar en un libro o una fotocopia?**

De los 120 alumnos que accedieron a la encuesta, esta pregunta fue respondida por 116 estudiantes. Entre las respuestas, hubo 9 que manifiestan que mirar videos en YouTube no se encuentra entre sus opciones a la hora de estudiar. De esos 9 estudiantes, 7 especifican que prefieren leer directamente el libro o una fotocopia, mientras que 2 alumnos manifiestan su disgusto por estudiar empleando recursos audiovisuales.

#### **Respuestas de alumnos que no usan los recursos de *YouTube* para estudiar**

20- Prefiero estudiar en libros y fotocopias
38- Prefiero una fotocopia

42- No prefiero
49- No me gusta estudiar con recursos audiovisuales
51- Fotocopia
55- Sinceramente no me gusta estudiar mirando videos de <i>YouTube</i> .
89- Libro
103- Fotocopia
114- Libros o fotocopias

Estas respuestas evidencian que faltó comprensión lectora de la pregunta, ya que la misma apunta a ser respondida únicamente por los alumnos que prefieren ver videos en vez de utilizar métodos más tradicionales. La pregunta tiene la pretensión de conocer el motivo por el cual establecen la preferencia por el recurso que brinda *YouTube*. Este resultado estaría aportando que el 10,8% de los alumnos sigue estudiando igual que la generación de sus padres y abuelos, sin usar los recursos multimedia que proporciona la plataforma *YouTube* u otros sitios de la *web*.

Por otro lado hay cuatro alumnos que se abstuvieron a responder, quienes parecen haber comprendido mejor el sentido de la pregunta, teniendo en cuenta que en ella se pedía especificación sobre el motivo de la preferencia del video sobre el texto. Estas últimas respuestas se agrupan con las del siguiente cuadro, ya que no se manifiestan a favor, pero tampoco en contra, sumándose a los 8 alumnos cuyas respuestas muestran una posición de neutralidad con respecto a la pregunta planteada. No tienen una preferencia por el recurso audiovisual que ofrece *YouTube* a la hora de estudiar, pero tampoco se descarta su empleo cuando hay que estudiar ciertos temas. Este grupo de estudiantes conforma un 10% del total de los encuestados si se suma aquellas correspondientes a los alumnos que se abstuvieron de responder.



**Respuestas de alumnos que tienen una postura neutral con respecto a la utilización de vídeos de *YouTube* para estudiar, en vez de libros o fotocopias, o simplemente se abstienen de responder.**

1- Prefiero utilizar dichas opciones. Estudiar con vídeos es otra forma más
5- ...
18- ...
45- muchas veces prefiero estudiar de una fotocopia o libro pero los videos me parecen algo muy útil ya que explican cómo lo haría un profesor y entendemos más fácil que muchas veces leyendo
52- No prefiero, es más rápido y la información está resumida.
71- No es de mi preferencia, pero si lo utilizo como una herramienta de estudio completaría. A veces es buena alternativa un video cuando no cuento con mucha disponibilidad de tiempo.
93- .
95- fotocopia o videos
99- Se me hace más fácil comprender, aunque también estudio por libros
102- ...
112- No es que prefiera o no, dependiendo del tema es el recurso de estudio que utilizo
113- En realidad utilizo ambos, y prefiero los últimos por comodidad para estudiar. Siempre apuesto a la información en libros o material recomendado por el docente, luego a videos en <i>YouTube</i> como último recurso.

De los 12 alumnos cuyas opiniones se encuentran en el cuadro precedente, 8 estudiantes (6,67%) escriben respuestas que si bien no manifiestan una postura totalmente a favor, tampoco lo hacen en contra de la utilización del recurso como estrategia de estudio. Algunos dicen usarla como segundo medio, mientras que otros lo consideran una técnica más entre las que usan habitualmente. Los restantes 4 alumnos solo digitaron puntos en sus respuestas, por lo que no se puede identificar las mismas con ninguna postura.

**El siguiente grupo de respuestas hacen referencia a la falta de hábitos de lectura y/o dificultades para aprender mediante la lectura por no poder concentrarse frente al texto.**

7- Sinceramente la lectura no me gusta
8- Retengo más la información de esa manera, se me hace difícil concentrarme en la lectura.
9- Se me hace un poco difícil concentrarme y entender leyendo. Prefiero ver videos porque se explica y se entiende mejor
17- Por que no me gusta leer
19- puedo entender mucho más que leyendo un libro o una página
23- Entiendo mejor escuchando que leyendo
27- Comprendo más fácil
32- se precisa menos concentración
36- Porqué me concentro más mirando que leyendo un libro o una fotocopia
39- Porque me concentro mejor mirando un vídeo que leyendo un libro o una fotocopia

59- Porque en los libros la información no está resumida, y suele ser aburrido y difícil de entender el tema.
66- Facilidad para las personas que no les gusta leer (mi caso).
69- Porque no me gusta leer
91- Prefiero ver videos porque de esta manera me es más fácil concentrarme y la información es más sencilla de encontrar.
101- me concentro mejor
104- Me ayuda en la concentración
109- cuesta la comprensión lectora, muchas veces es más fácil para concentrarte

Al analizar este grupo de respuestas, se evidencia que el 14,2% de los estudiantes, reconoce no tener hábitos de estudio relacionados con la lectura. Probablemente siempre haya sido así, pero la diferencia radica en que antes, no existía otra forma de acceso a la información y hoy día, los conocimientos llegan a las personas por diferentes vías, haciendo que cada uno pueda elegir la manera en la que quiere aprender.

**Respuestas que hacen referencia a la experiencia de estudiar mirando videos, vinculándola con el entretenimiento, que les resulta más fácil comprender y luego recordar, los consideran más dinámicos y prácticos.**

2- Porque a mí me funciona mejor ese método
3- Es más entretenido y me obliga a redactar.

4- Mucho más entretenido.
6- Me parece más fácil para retener información
10- Me resulta más fácil y entretenido
15- Me es más interactivo y fácil
24- es más dinámico y entretenido
25- Porque me parecen más entretenidos.
29- Más entretenido
30- Es más dinámico
31- Es más interactivo y entretenido
33- Es más entretenido cuando se tiene que estudiar temas densos
35- Entiendo mejor
44- Los vídeos suelen ser más entretenidos
50- Es más entretenido
53- Me resulta más fácil de comprender
54- Es una forma más fácil de retener la información
57- Es más práctico
61- Mirar videos me resulta más fácil me resulta entretenido e interesante te lo explican de otra manera
62- Porque puede llegar a ser más dinámico

64- Porque me parece más entretenido y retengo mejor la información
65- Porque entiendo mejor
70- Se me hace más fácil y rápido
72- Es más fácil captar y retener la información, es más estimulante
73- se me hace más fácil de DIGERIR la información
74- Porque me queda más fácil la información
76- Porque se me hace más fácil APRENDER
81- Porque a veces se entiende más fácil
83- Es más fácil de entender
85- Porque siento que es más entretenido
86- Porque me resulta menos aburrido
87- Se me hace más fácil de digerir la información
92- Siento que tiene una forma más entretenida de poder enseñar, es decir, una forma más entendible para lo que puede ser nuestra edad o nuestros conocimientos hasta el momento. También eso depende del video que busquemos.
105- Sí, me parece más dinámico
110- Suelo comprender mejor
115- Se me hace más fácil para entender
116- Me resulta más fácil"
117- Porque el vídeo es más dinámico

120- En casos donde el tema resulta tedioso, prefiero mirar videos pues son más dinámicos que los libros
--

Son 39 los estudiantes (32,5%), que justifican su preferencia por ver videos a la hora de estudiar por considerarlos más entretenidos, en vez de consultar textos. El entretenimiento se ha convertido en algo esencial para las personas en la actualidad y los jóvenes en especial, necesitan sentir que todo debe estar vinculado al entretenimiento para que valga la pena dedicarle su tiempo y atención.

**Respuestas que hacen referencia a las ventajas que brinda una producción audiovisual y cómo interactúan con varios sentidos en simultáneo, facilitando el acercamiento al aprendizaje. (Clase virtual)**

11- Porque personalmente tengo una memoria auditiva y de colores, por ejemplo para la materia de química pude acordarme los tripletes de bases del Adn humano visualizando los colores y la explicación que daba el docente de fondo
--

12- Entiendo más cuando la explicación es oral
--

13- A veces mirar un vídeo contesta más preguntas que leerse 5 hojas de un libro
--

14- Es una manera más rápida de procesar la información, puedo retroceder una parte si no entiendo (en cambio cuando leo tengo que repetir muchas veces para entender) y tengo más memoria audiovisual.
---

16- suelen explicar de forma más simple y en la sección de comentarios se responden muchas dudas.
---

21- porque entiendo mejor con imagen
--------------------------------------

22- Porque se me hace más fácil entender algo si me lo explican además puedo ver diferentes videos donde explican de maneras diferentes, en una fotocopia o libro de me hace más difícil
--

26- La forma en la que te explican con analogías, ejemplos de la vida cotidiana, etc me hace entender mucho mejor, (aparte es como una clase particular)
--

28- Es como estar en clase
----------------------------

34- Al tener la información representada audiovisualmente no se vuelve tan “estudio”, sino que es ver un video como cualquier otro. A veces también, son más interesantes y espontáneos
37- Porque en <i>YouTube</i> se encuentra más rápido la información y más precisa a mis necesidades
40- Porque te explican todo detallado sobre el tema con imágenes, ya si buscas en un libro tenés que buscar entre muchas cosas, mucha información, te ahorras algo de tiempo
41- A veces la información en los vídeos es más clara y concisa
43- El digital suele ser más accesible
46- En los videos se puede expresar mejor la información
47- Porque me agrada ver y escuchar la información del vídeo
48- Porque se puede repetir varias veces hasta entender lo que se explique además de ser más entretenido
56- Soy una estudiante visual, y estudiar de <i>YouTube</i> me ayuda a poder entender mejor temas que a veces desde los teórico y lectura no me quedan tan claros
58- me resulta más fácil escuchar como lo explica alguien más a leerlo textual
63- Porque si veo videos donde expliquen algunos profesores puedo comprender mientras que en un libro si no entiendo algo tengo que esperar a estar en clase para preguntar
67- Porque me resulta más fácil que alguien esté hablando y explicando el tema
68- dependiendo el video pero muchas veces se me hace más fácil el método de sacar apuntes viendo videos que de otras maneras
75- A contrario de papeles científicos y otros estilos de material de estudio, muchos vídeos no utilizan lenguaje complicado, lo explican lentamente, y en casi todos los casos utilizan ejemplos para hacerlo más fácil de entender
77- se me es más fácil encontrar la información en el celular que en un libro.
78- Porque en videos me queda mejor reflejada la información
79- Retengo mejor la información si es de un vídeo hablado
80- Me parece más práctico en los vídeos porque te explican las cosas
82- Porque se entiende mejor la explicación. Además muchas veces contienen muy buenos ejemplos.
84- porque entiendo mejor a una persona hablando y explicando las cosas a qué leer yo
88- Porque entiendo mejor verbalmente
90- porque es más explicativo y utilizan imágenes
94- Explica mejor muchas cosas, que en los libros muchas veces no está muy claro

96- Me queda más clara la información cuando escucho algo, comparado a cuando leo
97- Porque me presenta imágenes a medida que avanza.
98- Aprendo mejor visualmente
100- A veces explica más claro
106- Porque siempre hay alguien que explica el contenido del video mientras te va mostrando ejemplos, y es más práctico aprenderlo así a que leerlo uno mismo.
107- Ya que aporta audio, imágenes y alguien lo cual está explicando
108- Porque desde un libro o fotocopia tenemos que analizar y hacer conclusiones nosotros mismos mientras que en <i>YouTube</i> son personas que ya saben sobre el tema, han analizado y explican de una forma fácil de tal manera que nos permite captar la información con mayor facilidad
111- Tener una persona que te explique para mí es más fácil de entender
118- "Explica mejor "
119- Sí, se puede explicar de muchas maneras en un video y con mucha preparación.

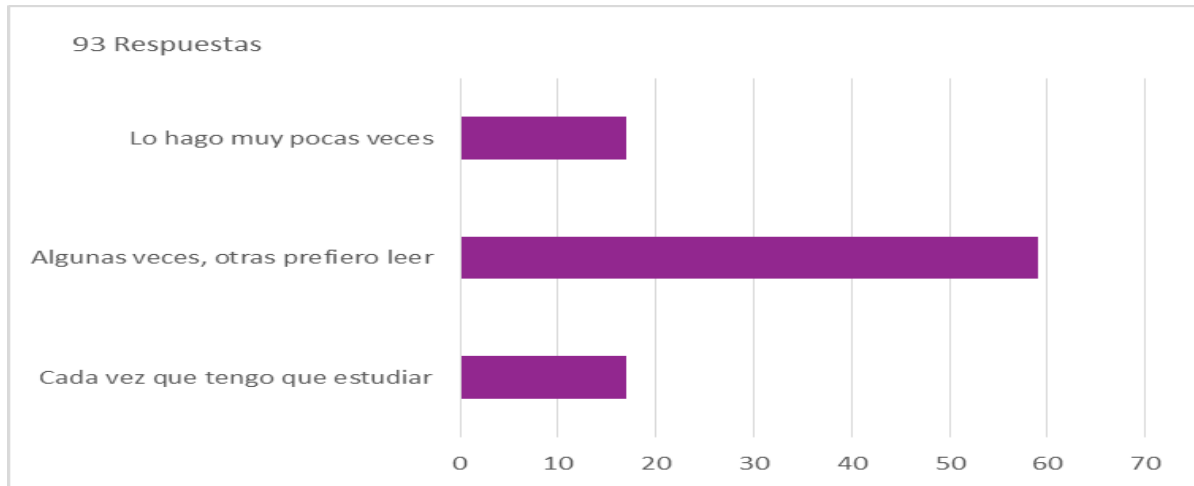
39 estudiantes, es decir el 32,5% logra explicitar los motivos por los cuales prefiere ver videos en vez de leer un texto. Los motivos en general son variados. Algunos ven en los videos la ventaja de recibir información que fue procesada por personas que saben del tema y que además por tener experiencias en la tarea educativa, la pueden explicar de una manera más sencilla, facilitando la comprensión de la información. Otros establecen que escuchar la información tiene una llegada más efectiva que leerla y si a eso se suma o combina con imágenes que van describiendo los contenidos, mejor aún. Valorán la simplicidad del vocabulario que se utiliza en los videos, contrarrestando con el vocabulario específico y a veces demasiado científico o técnico que se usa en los libros. No poder comprender lo que se está leyendo es motivo de abandono de muchos textos. Otra de las bondades del video que se destaca, es la posibilidad de poder visualizarlo la cantidad de veces que sean necesarias y también de poder pausar en el momento deseado. Esto brinda la posibilidad de ir tomando apuntes de manera más cómoda y ordenada.



En resumen, el 85,87% considera que los videos de *YouTube* son un recurso de utilidad a la hora de estudiar. Quizás esto tiene que ver con que los jóvenes interactúan más tiempo con las pantallas que con las personas reales “*face to face*” y esto les resulta más cotidiano, más conocido y por lo tanto más cómodo. Una de las características que hay que tener en cuenta es que el video puede ser reproducido tantas veces como sea necesario mientras que el discurso de una persona cuando imparte una clase, tiene una dinámica totalmente diferente. El hecho de enfrentarse al acto del aprendizaje mediante la interacción con un video, le permite al estudiante detenerse en el momento que quiera, hacer las pausas que necesite, intercalar el estudio con otras actividades, hasta tiene permitido distraerse, porque a su vez tiene la posibilidad de retomar donde había quedado o incluso regresar y retomar desde el momento que le resulte más conveniente. Si se piensa en los consumos audiovisuales en general y en las preferencias de los usuarios de hoy día y tomando en cuenta en primer lugar a los jóvenes, son grandes consumidores de plataformas como *Netflix*, *HBO Max*, *Amazon Prime Video*, etc. La preferencia por estos sitios con respecto a los canales de series y películas que se emiten por cable, radica en que en las primeras se puede elegir el momento en el que se va a consumir la película o el episodio correspondiente, mientras que en los canales por cable o aire, el usuario debe estar disponible el día y horario en el que se emite el producto y si tuviera la necesidad de realizar otra actividad o tuviera un emergente durante la emisión, simplemente se lo pierde, ya que no existe la posibilidad de pausar. Esto para los jóvenes es devastador. Lo mismo sucede con la clase presencial, si por alguna razón no pudo asistir o no estaba anímicamente predispuesto a prestar atención en la misma, se la pierde y no es lo mismo que alguien se la cuente después.

***Pregunta 4 - opción múltiple (agregada en el transcurso del mes de abril)***

**¿Con qué frecuencia eliges mirar videos de *YouTube* para estudiar?**



<b>Cada vez que tengo que estudiar</b>	<b>Algunas veces, otras prefiero leer</b>	<b>Lo hago muy pocas veces</b>
18,3%	63,4%	18,3%

Esta pregunta fue agregada luego de tener 27 respuestas en el formulario, por lo cual los porcentajes se calculan sobre el número de alumnos que tuvo acceso a la pregunta (93 alumnos) y no sobre el total (120 alumnos). El 18,3% establece con claridad que a la hora de estudiar, elige ver videos antes que leer. Por otro lado, más de la mitad de los alumnos que responden a esta pregunta, dicen hacerlo algunas veces, es decir que no lo usan como único recurso o no lo hacen siempre que se disponen a estudiar. El restante 18,3% lo usa pocas veces, pero en definitiva lo usa. Esta pregunta fue respondida por la totalidad de los alumnos que accedieron a esta etapa de la encuesta, lo que lleva a deducir que si algún estudiante hubiera querido manifestar que nunca usa el recurso, hubiera dejado la pregunta sin responder. Este resultado se puede interpretar de la siguiente manera: El 100% de los adolescentes usa *YouTube* para estudiar por lo menos en algún momento de sus procesos educativos. Lo que esta encuesta no puede determinar es cuántos de estos alumnos son estudiantes con buenos desempeños, cuántos tienen desempeños aceptables y cuántos tienen desempeños insuficientes.

**Pregunta 5 - respuesta abierta (agregada en el transcurso del mes de abril)**

**¿Qué características debe tener el video para que atrape tu atención y sientas que vale la pena verlo?**

De los 97 alumnos consultados, respondieron a esta pregunta 92, pero entre ellas hay 5 respuestas que no aportan ningún dato, ya sea porque se limitaron a poner puntos o responden que “no saben” qué responder. A esto hay que sumar 5 alumnos que no respondieron por lo que el total de encuestados que no brinda información es del (10,3%). Hay 87 respuestas (89,7%) que brindan información y fueron agrupadas siguiendo algunos criterios que se detallan en cada uno de los cuadros. La tarea de establecer la división por criterios, no fue para nada sencilla debido a que algunas respuestas contienen más de un criterio. Se otorgó mayor importancia al criterio que aparece con más énfasis en la redacción de la respuesta del estudiante.

En primer lugar se muestra la tabla con las respuestas que atribuyen la valoración del video como recurso de estudio, al **tiempo de duración** del mismo. Siempre y cuando se trate de un video no muy extenso, concuerdan en verlo. Es decir que no están dispuestos a dedicar demasiado tiempo frente a la pantalla, para relacionarse con el contenido o tema que su docente le ha pedido que estudie.

1- Que sea corto e interactivo
5- Corto
15- Que no sea de larga duración y que el contenido visual esté bueno
17- Imágenes e información breve
20- Debe tener bastante información y bastantes imágenes y que vaya al grano.
24- Ser corto y conciso
25- Una duración menor a 30 minutos
27- Corto pero explicativo, fácil de entender y con ilustraciones llamativas.
34- Que no sea un señor@ hablando lento y que no se entienda, que sea detallado
43- Una miniatura y un título interesante, el autor del video, si es alguien que yo conozca, brevedad y buen poder explicativo.
44- Que sea claro y conciso, no muy largo, de preferencia con animación o dibujos que expliquen

el tema
46- Que no sea tan largo
51- Que se escuche bien el audio y sea corto
53- Que el video no se extienda de más de 10 minutos
55- Que sea conciso, no tan largo, y con buena calidad de audio y video
59- Información resumida pero completa y no tan pesado de imágenes
62- que sea breve pero contenga buena información, que utilice imágenes para ejemplificar
63- Para que el video llame mi atención debe tener tanto texto como imágenes y no ser demasiado largo.
72- Temas claros y breves
82- El autor del vídeo debe de expresarse de forma clara y concisa, para entender el contenido del vídeo más rápido
89- Que sea resumido, que no le esté dando muchas vueltas al tema

El 21,6% de los alumnos consultados, le interesa en primer lugar que el video no sea extenso, de lo contrario no es considerado un recurso interesante y apropiado para ser usado como método de estudio. Los estudiantes parecen no estar decididos a invertir demasiado tiempo en la adquisición de los aprendizajes. Necesitan que todo, incluso el tiempo de estudio transcurra a gran velocidad.

Por otro lado, hay un grupo de jóvenes que pone en primer lugar la *importancia de la información*. Para esos estudiantes lo fundamental es que el video tenga contenido, es decir que aporte el conocimiento que están buscando adquirir. A continuación, se detallan sus respuestas:

2- Ejemplos, explicaciones y pasos por pasos
6- Tiene que estar bien presentado, que no luzca que está hecho “así nomás” y con buena información
9- Que contenga información e imágenes

10- Que contenga la información que necesito, y que sea fácil de entender
12- Debe contener información e imágenes
13- Una buena explicación detallada y lindas imágenes que representen lo que se explica y se comprenda
18- imágenes, dibujos relacionados, una persona explicando bien claro los conceptos
19- Debe de ser entretenido, se debe de entender la información, y además debe de contener lo que estoy buscando
23- Buena información
26- La información correcta
40- debe de ser claro y explicativo sobre el tema que estoy estudiando
41- Explicar todo muy bien
45- lo que más me importa es que la explicación sea clara
48- Que la información que se presenta en el vídeo este CLARA!!!!
50- Imágenes e información
60- Que sea concretamente del tema de mi importancia
61- Que hable de lo que necesito estudiar
67- información e imágenes bien explicados
69- Debe ser claro y tratar temas que necesito.
70- Buenas explicaciones
76- Buena información, correcta y exacta
78- Que no sea tan teórico sino algo más didáctico
79- Tener la información que me interese, imágenes, explicación entendible
81- ejemplos de lo mismo que estoy estudiando
83- Que explique paso a paso y tenga casi todos los temas que necesito
87- Buena información y que esté bien explicado el tema que quiero estudiar.
90- Tener contenido claro
91- Debe tener una explicación clara, estar bien organizada la información y que se entienda fácilmente.

El 28,9% de los alumnos considera que lo más importante es que el video efectivamente contenga la información que se está buscando, que la explicación sea clara, concisa y sencilla para que resulte fácil de entender. En el vasto mundo de *YouTube*, hay una variedad muy grande de productos audiovisuales referentes a cada tema. En ocasiones puede resultar agobiante y supone una gran inversión de tiempo realizar la búsqueda del video más apropiado para satisfacer la necesidad del usuario. Es por eso que muchos estudiantes aprecian el hecho de que el video ideal para estudiar, esté **realizado por personas idóneas** en los temas y es fundamental que tengan conocimientos pedagógicos y didácticos para lograr esa transmisión del conocimiento, facilitando la comprensión del mismo. Esto se evidencia en las siguientes respuestas:

35- Que sí o sí sea un profesor que explique el tema
54- Que sea atractivo a la vista, y en lo posible que sea hecho por algún profesor de la materia que esté estudiando en ese momento.
58- Que sea de una persona experta en el <i>team</i> , un maestro, un profesor, etc.
80- Debe ser un video donde se explique bien el tema, y parezca un conocedor o profesional
84- b) si el profesor dio una explicación previa, que coincida con la explicación del profesor c) de preferencia, que sea recomendado por el profesor

Si bien solamente el 5,2% de los estudiantes menciona directamente la importancia de que el video sea realizado por una persona idónea en el conocimiento del contenido que se quiere aprender, en este caso se menciona específicamente al docente. Este reconocimiento es de suma importancia para los profesores, sobre todo para aquellos que se han animado a vincularse con el mundo de los “*youtubers*” y han conformado el grupo de los “*edutubers*”. El reconocimiento de estos jóvenes es una valoración invaluable del trabajo que están realizando y una invitación para que otros docentes se animen a experimentar con esta nueva forma de enseñar.

El grupo más interesante de respuestas, se genera entre las que emiten un grupo de estudiantes que evidencian la importancia de la Educación Audiovisual, ya que valoran en

primer lugar **la estética y la producción del video**, destacando los componentes esenciales que debe tener el mismo para resultar atractivo y así poder atrapar la atención del usuario .

El 36% de las respuestas dicen lo siguiente:

1- Imágenes
3- Dinámica y fácil de explicar
7- Animaciones y voces que demuestren que le gusta de lo que se habla, sino el video se torna aburridísimo
8- Como hable la persona
11- Entretenido en el contenido
14- Buena calidad, buen audio, imágenes y dibujos
16- tiene q ser profesional, yo capto cuando el que explica ensayo bien un guion, además de que una buena producción ayuda inconscientemente
21- Imágenes y ejemplos fáciles
28- Poder visualizar con imágenes o ejemplos lo que está siendo dictado
29- Explicación entretenida
30- lenguaje sencillo de comprender, sin música muy alta que distraiga y con una buena explicación
31- Animaciones y buena calidad en los sonidos de la voz
32- El título debe llamarme la atención y tiene que tratar sobre lo que yo necesito
33- La manera en que lo explica, imágenes y texto que acompañen a la explicación
36- Que sea muy visual
37- Que explique bien, q no sea aburrido, etc.
38- Imágenes con respecto al tema.
39- La cuadrícula de presentación debe ser llamativa
42- Una buena presentación y que sea un video medianamente viral
47- Como personalmente miro videos educativos como método de recreación, prefiero videos con visuales llamativos, y un narrador que explique lento, y claramente
49- que tenga buenos ejemplos, dibujos y/o representaciones de como se hace.
52- Las visitas de las personas, como que está información es buena
56- buena explicación, colores

57- Tiene que tener buena calidad de imagen y audio además de que la persona que explica lo haga bien
64- El formato, por ejemplo, no me atraen videos de profesores parados frente a un pizarrón explicando.
65- Imágenes y textos concretos
68- Tiene que ser llamativo y claro
71- Ilustraciones y buenas explicaciones.
73- Imágenes
75- Tiene que tener colores y dibujos
77- Tiene que ser un video que explique bien y que no sea aburrido
84- a) ser claro
85- Generalmente, ser de un canal confiable y popular: sencillamente no por nada es esto. Por en general, reflejar manejo del tema, citar fuentes de confianza, ser atractivo el vídeo (llamativo, con elementos como imágenes que permitan recordar mejor), y un buen audio.
88- Ser un video primero que nada y que sea completo
92-El video debe tener una buena calidad de imagen y audio, además de una explicación clara y concreta

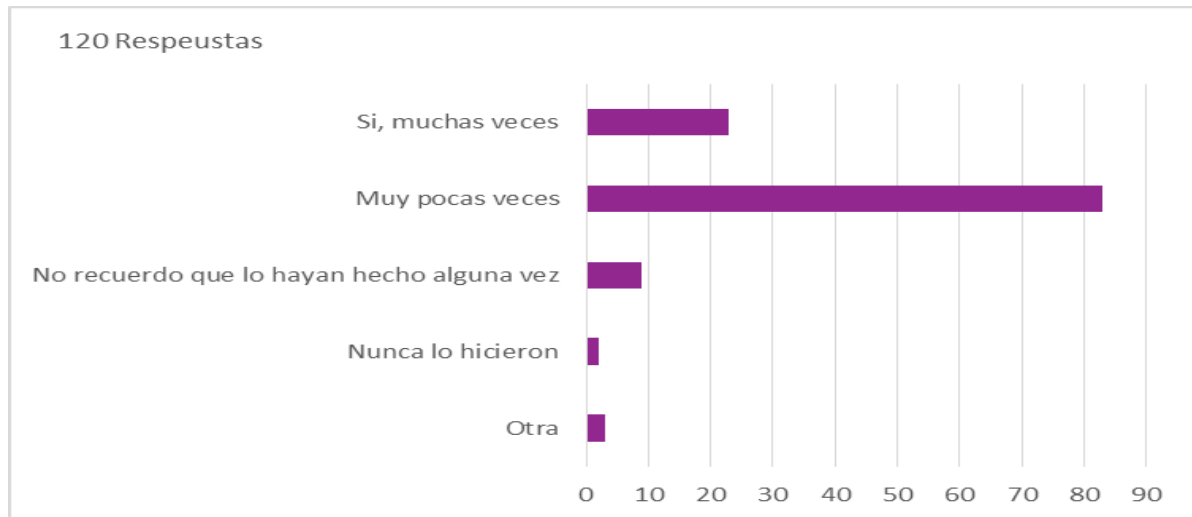
Este grupo de respuestas apuntan más al diseño del audiovisual como aspecto importante para captar la atención del usuario. No basta con una buena y organizada información si no hay buena calidad de diagramación, imágenes interactivas, buena calidad de sonido y un discurso ordenado, claro y bien pensado para que todos los componentes del lenguaje audiovisual dialoguen al unísono.

Esta generación de alumnos, tiene una mirada muy entrenada y son muy críticos del diseño y la estética de los productos audiovisuales.



**Pregunta 6 - opción múltiple**

**¿Tus profesores usan videos de *YouTube* como recurso didáctico en clase?**



<b>Si, muchas veces</b>	<b>Muy pocas veces</b>	<b>No recuerdo que lo hayan hecho alguna vez</b>	<b>Nunca lo hicieron</b>	<b>Otra</b>
19,15%	69,15%	7,5%	1,7%	2,5%

Tres alumnos eligieron la opción “Otra” y sus respuestas fueron:

- Ciertos profesores utilizan vídeos como recursos más que otros
- En algunas materias se los usa con frecuencia, en otras no tanto
- Ni mucho, ni poco.

En cuanto a esta pregunta, interesa tener una información general, sin la pretensión de hacer un análisis profundo de las respuestas. Como dato a tener en cuenta para pensar en el entorno en el que se desarrollan las clases en el liceo, cabe destacar que el 91,5% de los docentes ha usado un recurso audiovisual en su clase en alguna instancia del curso. El 20% lo

hace de forma regular. Esto indica que el audiovisual como recurso didáctico, se está convirtiendo en un recurso de uso frecuente.

***Pregunta 7 - respuesta abierta (agregada en el transcurso del mes de abril)***

**¿Qué diferencia hay entre una clase en la que se usa un audiovisual como recurso didáctico y una en la que solo se usa la pizarra y el diálogo entre docente y alumnos?**

Esta pregunta obtuvo 93 respuestas pero se pueden considerar como válidas 84, ya que hubo alumnos que respondieron “no sé” o se limitaron a digitar puntos en el lugar donde se escribe la respuesta. Ese tipo de respuesta no aporta nada de información para analizar. Al leer lo que los alumnos escriben, se percibe confusiones y falta de comprensión lectora. Algunos estudiantes no comprenden el término “recurso didáctico”, interpretando la utilización del audiovisual como sustituto del docente en la clase y no como un complemento que puede ser utilizado como disparador, como generador de un debate o como un material audiovisual con el simple propósito de contribuir a la comprensión del tema a través de la muestra de imágenes relacionadas al contenido que se está trabajando en la clase, o el procedimiento de una actividad experimental, o la explicación gráfica que acompaña el discurso del docente o simplemente un ejemplo visual de lo que se está compartiendo en el discurso oral.

En la siguiente tabla se comparten las respuestas que evidencian la falta de comprensión lectora frente a la pregunta.

6- No hay tanta diferencia. Las dos tiene tanto sus pro como sus contras. Opino que tampoco hay que perder ese diálogo entre docente y alumnos, ya que de ahí salen opiniones o ideas geniales. Pero para variar a veces o entender mejor, están buenísimos los videos en <i>YouYube</i>
19- La diferencia es que con el profesor se puede hacer preguntas mientras que los videos no
20- No lo sé. Pero prefiero que mi estudio no se base en materiales audiovisuales
25- Para mí, es mejor cara a cara, profesor y alumno. Porque al estar con el docente, podemos preguntarle nuestras dudas. En cambio con un video, es más difícil satisfacer nuestras dudas.

31- Audio visual sería que te ponen un vídeo y lo tenés que comprender por tu cuenta y la del diálogo si el profesor te lo explica una vez y no lo entiendes le vuelves a preguntar y te lo explican nuevamente y de otra manera
33- Que en una clase donde se usa audiovisual si no entiendo algo es poco probable que mi profesor me pueda responder mi duda, mientras que en una clase de estilo tradicional si no entiendo algo al que el profesor lo explica con sus palabras sin tener que adaptar a ningún video y si no llego a entender la explicación le puedo pedir que me explique con otras palabras
39- Es distinta la manera de entender las cosas presencial se explica mejor aunque en algunos vídeos están muy bien explicado
40- Siento que se hace más fácil entender cuando lo hace el profesor en el pizarrón ya que nos explica de la manera que nosotros podemos entender y además podemos consultar nuestras dudas, aunque sea hace un poco más pesado y aburrido para mi es la mejor opción. En cambio con un video u otra forma digital se hace más rápido pero aveces es más complicado entender.
44- en un audiovisual se trata de abarcar lo más importante de un tema mientras que en una clase existe la comunicación por lo que un profesor puede aclarar las dudas del alumno
48- que en la audiovisual es más complicado responder las dudas o sugerencias de un alumno.
49- Que a veces podes atrapar más información cuando los profesores explican que cuando miras un video
52- Una diferencia puede ser que la clase al ser presencial y tener al profesor en el aula, se hace más fácil al responder las dudas que surgen
70- La diferencia es que teniendo al profesor enfrente, nos da la oportunidad de plantearle nuestras dudas y él pueda responder
76- Que con el docente presencial es más fácil entender y quitarte las dudas
77- Que una clase de audiovisual se puede pausar el video y volver atrás para entender algo que no quedó claro, en cambio en clase hay muchas veces que no se entiende y por vergüenza a no entender no se pregunta.
85- ¡Muchas! Sin entrar en pros y contras, una está llena de elementos llamativos y más, que permiten recordar o relacionar conceptos tal vez mejor. Pero en la clase presencial, uno es parte de ella, y la experiencia de participar, preguntar y estar ahí favorece muchísimo el aprendizaje.

Seguramente la mayoría de estas respuestas no hubieran surgido con esta redacción, de no haber existido la suspensión de las clases presenciales debido a la pandemia del Covid 19 en los años 2020 y 2021. La utilización del video como recurso usado en las plataformas educativas durante la suspensión de las clases presenciales con el objetivo de sustituir en muchos casos la explicación de muchos docentes que no tenían buenos desempeños en la virtualidad, generó confusiones en la interpretación de esta pregunta. El 17,2% de los estudiantes que respondieron a la pregunta, no lograron comprender el sentido de la misma.

En la siguiente tabla, se comparten las respuestas de aquellos estudiantes que por el contrario sí lograron comprender la pregunta y que además en sus respuestas se evidencia una

inclinación a favor de la utilización del audiovisual como recurso que realiza aportes favorables a los procesos de enseñanza - aprendizaje.

3- Es más entretenido mirar un video, ya que, es algo distinto y los alumnos pueden participar más
4- Se aprenden otras alternativas para estudiar y aprender
5- Las clases se vuelven un poco pesadas solo hablando y repitiendo siempre la misma información, por lo que usar videos y esas cosas lo vuelve más llevadero (siempre y cuando el video no sea muy largo)
7- No hay una diferencia importante, pero una clase con un video puede ser más entretenida
8- Me concentro mejor en una clase que usa un audiovisual, entonces en mi opinión hay muchas diferencias.
9- Que una está más avanzada y adaptada al entorno, y la otra es aburrida y repetitiva
10- Al tener el video se debate sobre el tema y hace que los que no entendieran puedan entender por la participación de los que entendieron
11- Me concentro mejor en una clase que utiliza un audiovisual
12- La diferencia sería que la explicación es más rápida en un vídeo ya que no tiene pausas, también a veces hay alumnos que con una explicación del profesor no entienden el tema del todo, pero cuando lo ven en un vídeo detallado con sus ciertas imágenes y dibujos en cada explicación lo comprenden mejor.
13- La atención, con un video quizás capta más la atención que en una clase normal
14- La sinergia
15- La clase se vuelve monótona al ser simplemente en la pizarra
16- mucha diferencia, yo creo que los audios visuales están bien hechos y no se equivocan es más bien claro para entender
17- El material audiovisual suele ser más entretenido
23- Me resulta más difícil de acordarme con el diálogo con profesores
26- Se vuelve más dinámica la clase, pudiendo visualizar lo que estamos diciendo para identificarlo y comprenderlo mejor
29- La diferencia es que el video va a estar todo el tiempo enfocado en explicar el tema de manera clara y con fotos o ejemplos.
30- Muchas veces con lo audiovisual los alumnos prestamos más atención, cuando pizarra y diálogo llega un momento en el que te cansa y no prestas más atención

37- Cuando se utiliza un material audiovisual las cosas que están ahí presentes resultan ser más llamativas por una cuestión simple de los colores
38- la diferencia es que la clase del dialogo entre docente y alumno puede que no sea una manera tan llamativa porque siempre es lo mismo todos los días y en cada materia, cuando es un video puede que llame más la atención de los alumnos y sea una actividad más didáctica para trabajar con los estudiantes y demás
42- Seria una opción muy acertada utilizar los dos métodos para poder dar una clase de calidad, ya que los objetos dibujados en el pizarrón no siempre se parecen mucho a la realidad y cuesta relacionarlos. No me gustaría una clase solo audiovisual, se perdería el vínculo humano que es muy importante y también sería muy aburrida.
43- Creo que el contenido audiovisual logra captar mucho mejor la atención de todos los alumnos que la forma clásica donde solo se usa pizarra
45- La clase en que se usa la pizarra es un poco aburrida
46- Siento que una clase con más contenido audiovisual me da más material para aferrarme, una clase solo escrita o solo hablada, aún que aprendo, pasa que lo olvido muy fácil, al contrario de videos, cuales yo puedo acordarme de videos que he visto hace muchos años
51- Lo del vídeo te puede dar alguna info más específica y desarrollada por así decirlo
53- La diferencia que hay es que el vídeo ayuda mucho a reforzar los conceptos trabajados en la intervención que esté dando el docente. Además, muchas veces la explicación del vídeo se entiende mejor que la que fue dada por el docente. Por otro lado, muchas veces el vídeo acota o resalta los conceptos más importantes sobre el tema que se esté dando.
56- Creo que se vuelve más dinámica la clase usando un video y no resulta ser tan aburrida
57- Una clase en la que se usa contenido audiovisual de por lo general les resulta más entretenida a los alumnos
62- Al usar un audiovisual la clase se vuelve más didáctica.
64- Que al mirar el video es otra persona que lo explica de otra manera
66- es más entretenido y llama más la atención en mi caso
68- La posibilidad de visualizar procesos de manera más clara.
69- A veces hay estudiantes que necesitan mirar videos porque es su forma de aprender y clases que usan videos, pizarra, y diálogo hacen muy bien.
71- A veces es aburrido solo la pizarra pero mirar videos en clase es más
72- se comprende más viendo un vídeo y viendo el tema que tenemos que estudiar, que cuando el profesor habla y habla
78- Las dos están bien pero alguien más que te explique de otra forma mediante un video esta interesante

81- Con un recurso audiovisual pude llegar a ser más atrapantes
82- Algunas veces Al usar un vídeo queda más entretenido y eso hace que recordemos mejor la información.
83- A diferencia de que el profesor sólo hable y escriba, y después no nos quede nada en la cabeza.
84- Depende de la materia y si el profesor explica el video o no, en unas facilita el entendimiento y en otras confunde
86- Es bastante la diferencia porque a algunos compañeros les favorece mirar videos ya que es una forma de atender y a otros capaz les parece algo innecesario el video entonces no le prestan atención y pare ellos es una pérdida de tiempo.
89- Con el profesor se aburre mucho mientras él explica, porque la dinámica no es buena
91- Que en una clase normal hay veces que el docente no logra expresarse bien y la explicación que da sobre un tema es mencionado solo una vez. En cambio en un material audiovisual es más preparado su contenido y se puede repasar la explicación las veces que sean necesarias cuando se necesite.
92- En algunas materias abordar la clase en conjunto con materiales audiovisuales permite la observación directa del tema que se esté dando, haciéndola más entretenida

El 47,3% de los alumnos considera que usar el audiovisual como recurso didáctico en una clase, es un aporte favorable para que la clase sea más amena, interactiva y entretenida. A la vez es una oportunidad para poner en imágenes las explicaciones del docente. Varios establecen que la combinación de imágenes con sonidos y palabras, facilita la fijación de la información.

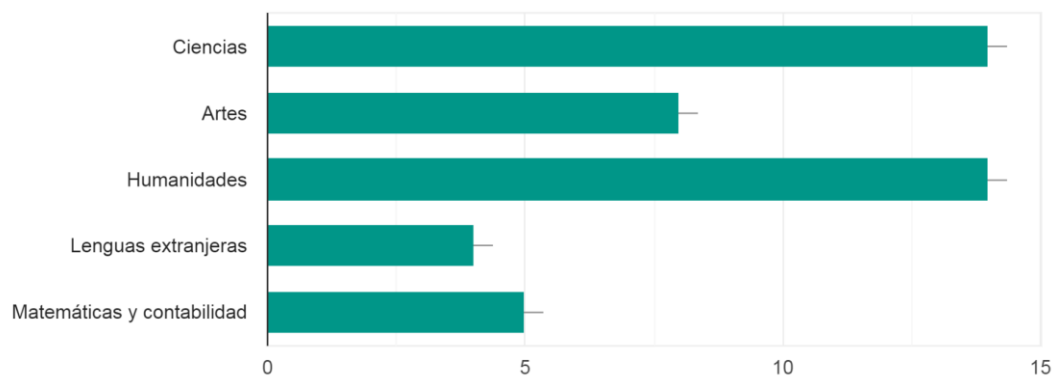
## 10. ENCUESTA: LOS DOCENTES Y YOUTUBE



*Pregunta 1 - se elige una opción*

**¿En cuál de las siguientes áreas te desempeñas como docente?**

45 respuestas



<b>Ciencias</b>	<b>Artes</b>	<b>Humanidades</b>	<b>Lenguas extranjeras</b>	<b>Matemática y contabilidad</b>
31,1%	17,8%	31,1%	8,9%	11,1%

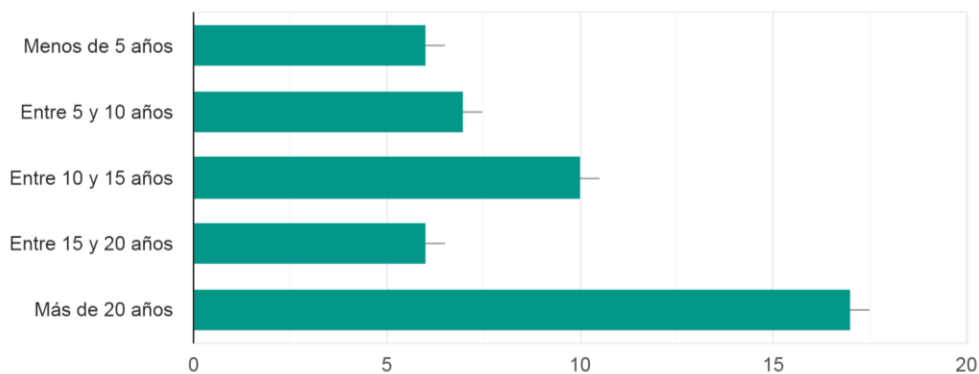
Los porcentajes se distribuyen de manera proporcional a la cantidad de grupos que hay en cada diversificación. La matrícula más elevada se registra en las orientaciones y opciones de ciencias, le sigue humanidades y por último está la diversificación artística. Estos datos aportan la certeza de que todas las áreas del conocimiento están representadas en la muestra.

### ***Pregunta 2 - se elige una opción***

#### **¿Cuánto tiempo hace que trabajas en la docencia?**

El objetivo de esta pregunta es estimar de acuerdo a la cantidad de años de trabajo, el plan de formación docente mediante el cual accedieron a su titulación, teniendo en cuenta que en el plan vigente y en las últimas generaciones del plan anterior, la modalidad Semipresencial ofrecida a los estudiantes del interior, brindó posibilidades de acercamiento al uso de las TIC como recurso didáctico.

45 respuestas





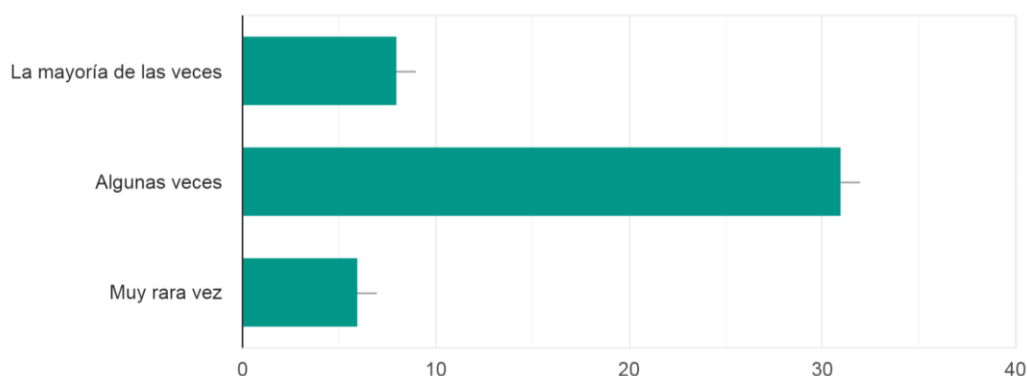
Menos de 5 años	Entre 5 y 10 años	Entre 10 y 15 años	Entre 15 y 20 años	Más de 20 años
13,3%	15,6%	22,2%	13,3%	37,8%

El grupo de docentes con más de 20 años de trabajo es el mayor. Eso significa que han tenido que incorporar el uso de las TIC en sus prácticas durante el desarrollo de su carrera, ya que en la formación de grado que recibieron de acuerdo al plan que cursaron, no estaba contemplado y los cursos de Didáctica estaban enfocados en prácticas más tradicionales.

### *Pregunta 3 - se elige una opción*

**Cuando planificas tus clases, ¿utilizas contenidos audiovisuales como recursos didácticos?**

45 respuestas



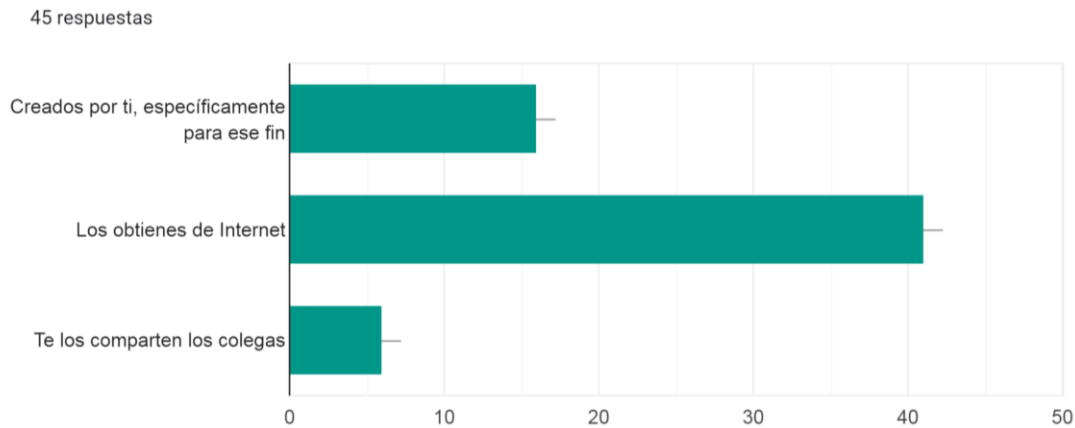
La mayoría de las veces	Algunas veces	Muy rara vez
17,8%	68,9%	13,3%

En estas respuestas, se evidencia que son pocos los docentes que han incorporado con naturalidad la utilización del audiovisual como recurso didáctico. El mayor porcentaje se sitúa en un lugar que se podría describir como experimental. Si se compara la opinión de los

docentes con la de los alumnos con respecto a la frecuencia con la que utilizan el audiovisual como recurso didáctico, se podría inferir que cuando el 68,9% de los docentes responden “Algunas veces”, podría ser en realidad “pocas veces”. El 69,2% de los alumnos responde que lo hacen “Muy pocas veces”. Esta inferencia se hace debido a la similitud de ambos porcentajes.

#### ***Pregunta 4 - opción múltiple***

**Los recursos audiovisuales que utilizas en tus prácticas, la mayor parte de las veces son:**



<b>Creados por ti, específicamente para ese fin</b>	<b>Los obtienes de <i>Internet</i></b>	<b>Te los comparten los colegas</b>
35,6%	91,1%	13,3%

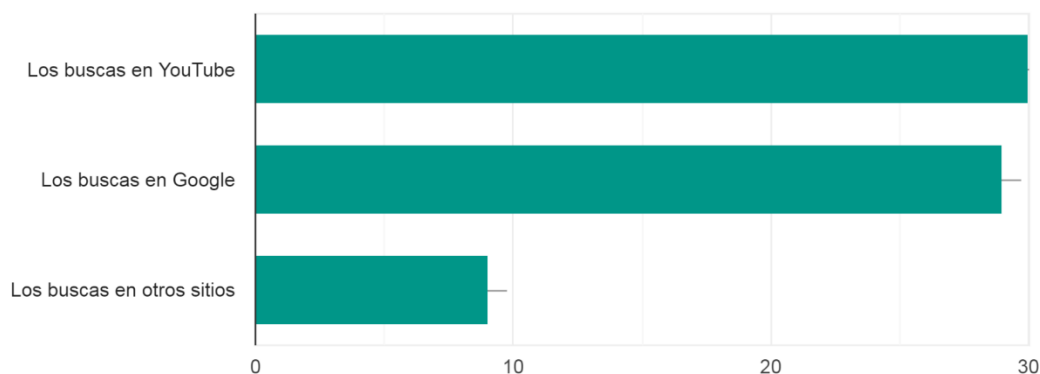
En esta respuesta se evidencia el uso de *Internet* que hacen los docentes a la hora de obtener audiovisuales para usar como recursos didácticos. Hoy en día Internet es un auxiliar de indiscutible importancia en la educación tanto para alumnos, como para los docentes y las Instituciones en general.

### Pregunta 5 - opción múltiple

#### Si los obtienes de *Internet*:

En esta pregunta interesa saber si los docentes demuestran tener preferencia por la Plataforma *YouTube* frente a otros sitios

43 respuestas

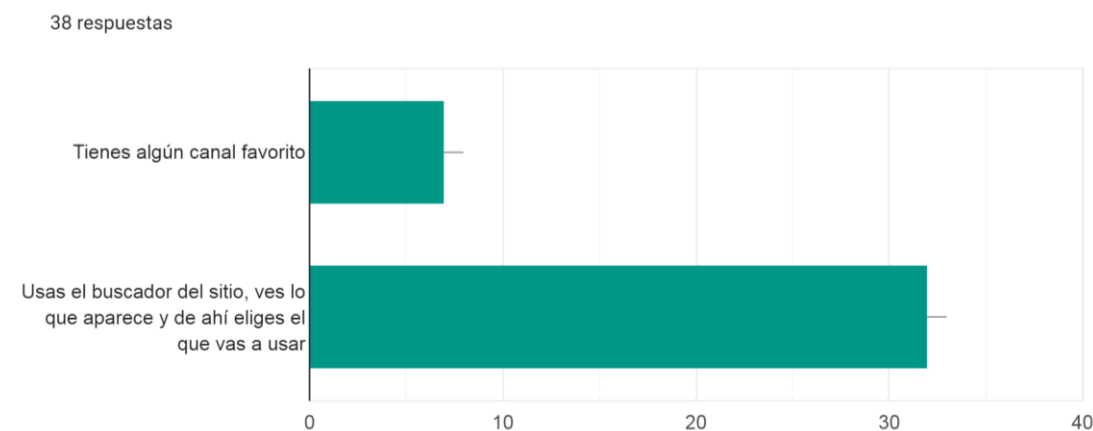


Los buscas en <i>YouTube</i>	Los buscas en <i>Google</i>	Los buscas en otros sitios
69,8%	67,4%	20,9%

No hay dudas que *YouTube* es un sitio que tiene una oferta lo suficientemente amplia como para que la mayoría de los docentes logren obtener recursos didácticos cada vez que eligen la plataforma para realizar las búsquedas. Vemos en los resultados que se sitúa por encima de *Google* en el porcentaje de respuestas con respecto a las preferencias a la hora de emprender una búsqueda. A esto hay que sumar que cuando la búsqueda de un video se realiza en *Google*, los primeros resultados que generalmente se muestran, son los que se encuentran en *YouTube*.

### Pregunta 6 - opción múltiple

Si los obtienes de *YouTube*:



<b>Tienes algún canal favorito</b>	<b>Usas el buscador del sitio, ves lo que aparece y de ahí eliges lo que vas a usar</b>
18,4%	84,2%

En esta pregunta, las respuestas dejan constancia que poco a poco las generaciones de adultos van comenzando a tener sus canales y *youtubers* favoritos. A diferencia de los alumnos son pocos, pero van descubriendo sus preferencias e incorporando nuevas formas de utilizar las posibilidades que brinda el universo virtual.

### Pregunta 7 - respuesta abierta

**¿Cuál consideras que es el beneficio de usar un audiovisual como recurso didáctico?**

Para poder procesar la variedad de respuestas obtenidas, se realiza una división de las mismas en cuatro categorías que son:

- a) INNOVAR
- b) ENTRETENER - DIVERTIR - ATRAER
- c) MOTIVAR - ATRAPAR
- d) MEJORAR LOS APRENDIZAJES

En la última categoría se dividen las respuestas en sub-categorías que son: ATENDIENDO LA REALIDAD DE LOS ESTUDIANTES, COMPRENSIÓN Y PARTICIPACIÓN y VALORANDO LA CULTURA VISUAL.

La cantidad de respuestas que se ubican en cada una de las categorías muestra cual es el beneficio principal que los docentes le atribuyen a la utilización del audiovisual como recurso didáctico.

En los siguientes cuadros se transcriben las respuestas ubicadas en la categoría correspondiente.

<b>INNOVAR</b>	<b>Cambia</b> mucho la impronta de las clases
	Se encuentra material de diversa índole que sirve como <b>disparador</b> para un temática específica
	Dinamiza la clase, es <b>otra forma de abordar</b> los contenidos didácticos.
	Acercar la asignatura a los alumnos <b>a través de la tecnología</b> como medio de llegar a ellos considerando que les va a resultar más atractiva.

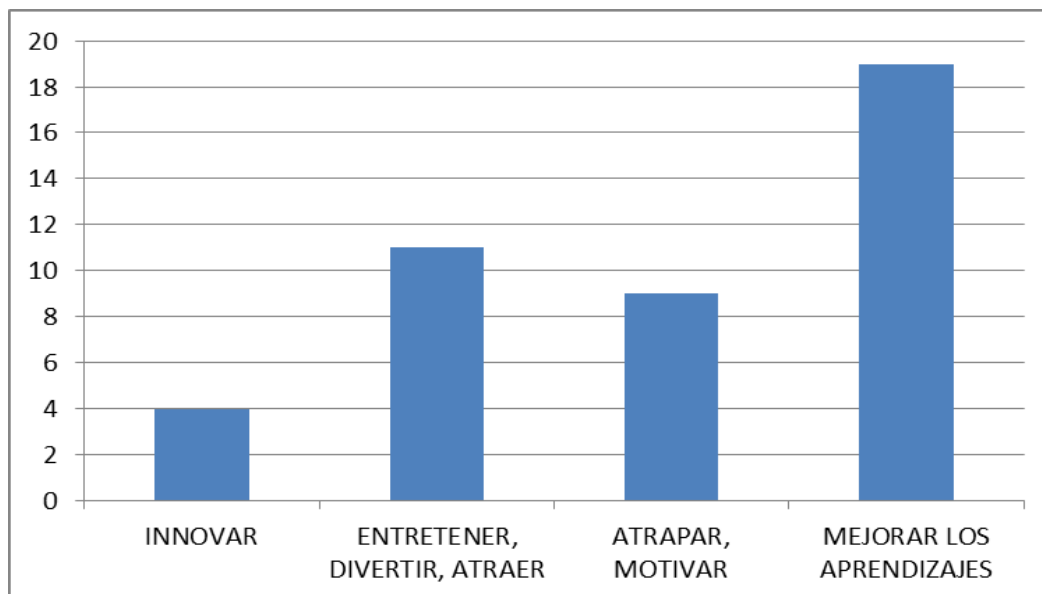
<b>ENTRETENER</b>	Hace que el trabajo sea más dinámico y <b>entretenido</b>
	Es más <b>entretenido</b> para los alumnos
	Les resulta más <b>atractivo</b> a los estudiantes que otros recursos
	Es una forma de aprender más <b>divertida</b> para los alumnos
<b>DIVERTIR</b>	Es más <b>llamativo</b>
	Les resulta más <b>divertido</b> , por lo cual los lleva a obtener mejores resultados
	Es una forma <b>divertida</b> y dinámica de lograr el aprendizaje significativo
<b>ATRAER</b>	Más <b>atractivo</b> para los estudiantes
	<b>Atraer</b> más a los alumnos en su participación
	Más <b>atractiva</b> la propuesta
	Más <b>atrayente</b> y se presentan generalmente de una forma muy amena

ATRAPAR	Es más fácil de <b>captar la atención</b> de los estudiantes
	<b>Capta mejor la atención</b> del estudiante ya que si es un contenido atractivo, la clase se vuelve más dinámico si lo usas como disparador.
	<b>Motiva</b> y atrae la atención del estudiante
	<b>Atraen más la atención</b> de los estudiantes y se hace más amena la clase.
MOTIVAR	<b>Interesar</b> a los alumnos en el tema
	El beneficio más que nada es <b>motivacional</b> para los estudiantes
	Una clase más <b>motivadora</b> , dinámica y acompaña los intereses de los alumnos
	<b>Llamar la atención</b> de los estudiantes.
	Tratamos de variar las formas de evaluación, para quitar temores y <b>motivar</b> .

MEJORAR	Nos brinda la capacidad de abordar diferentes <b>capacidades y diversidades de aprendizajes</b> que tienen nuestros estudiantes.	ATENDIENDO  LA  REALIDAD  DE  LOS  ESTUDIANTES
	Permite trabajar de diversas formas, motivar y captar <b>la diversidad</b> de alumnos que asisten a clase.	
	Es una herramienta importante para maximizar el uso de los sentidos en el proceso de <b>aprendizaje y estimular las diferentes formas de aprender</b> de los alumnos.	
	Teniendo en cuenta la <b>realidad de los estudiantes</b> y el <b>dominio</b> que tienen en el uso de las tecnologías, es beneficioso como un recurso a utilizar.	
	Se acerca más a <b>su contexto</b> y a lo que están acostumbrados	
LOS	Se <b>adecua al mundo adolescente</b> de hoy y les permite entender más rápidamente.	COMPRENSIÓN    Y
	Clases más dinámicas, respondiendo a las <b>necesidades</b> de los adolescentes.	
	Atrapar la atención e <b>involucrar</b>	
	Es más fácil de <b>asimilar</b> por el estudiante (y menos “aburrido”)	
	Les queda <b>más claro</b> el tema a los alumnos	
	Es dinámico y variada la información que <b>da lugar a la discusión</b>	
Capta la atención, <b>condensa contenidos</b> que de otra forma se presentan fragmentados, tiene <b>buena recepción</b> por parte de los alumnos.		
Muchos, pero principalmente porque facilita la <b>comprensión</b> de los temas.		

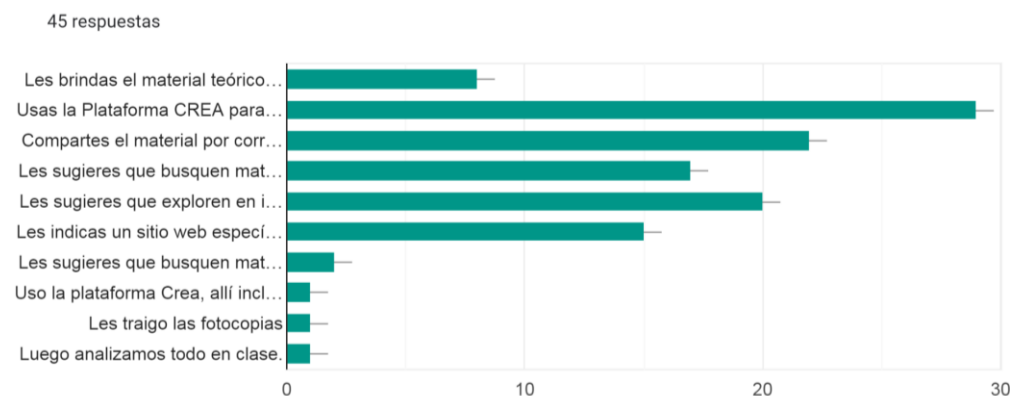
<b>APRENDIZAJES</b>	Favorece la <b>comprensión</b> , de temas complejos y que ocurren a nivel molecular. En mi asignatura por ejemplo visualizar las moléculas en el espacio ayuda a <b>entender</b> las interacciones que ocurren entre ellas.	<b>PARTICIPACIÓN</b>
	Modelar entes abstractos para mejorar la <b>comprensión</b> utilizando los sentidos.	
	<b>Estimular</b> a los estudiantes desde lo visual.	<b>VALORANDO LA CULTURA VISUAL</b>
	Los alumnos <b>comprenden</b> mejor visualizando los contenidos, pasa por su forma de aprender.	
	Desde lo visual ayuda a la adecuada <b>interpretación</b> de la información	
Atiendo al que <b>entiende viendo</b> . Resumen información		

Al llevar los datos a un gráfico, se puede visualizar con mayor facilidad que los docentes son en general optimistas y valoran muy positivamente la utilización de los contenidos que brinda *YouTube* cuando debe seleccionar los recursos didácticos que va a utilizar. Los que enfocaron sus respuestas hacia el objetivo de mejorar los aprendizajes, entienden que *YouTube* es un sitio en el que se pueden encontrar contenidos de excelente valor académico, mientras que quienes consideran que la utilidad que tienen dichos contenidos sirve fundamentalmente para entretener, divertir y atraer, lo consideran un sitio de entretenimiento. De igual manera cabe agregar que hay educadores que son fieles defensores de la teoría de que el aprendizaje se genera con mayor facilidad, si el alumno puede disfrutar lúdicamente de la propuesta, por lo que no se considera que estas respuestas sean negativas, sino por el contrario denota que hay docentes que apuestan al factor emocional como ingrediente significativo para sus clases.



### Pregunta 8 - opción múltiple

**Cuando pides a tus alumnos que estudien sobre determinado tema relacionado con tu curso:**



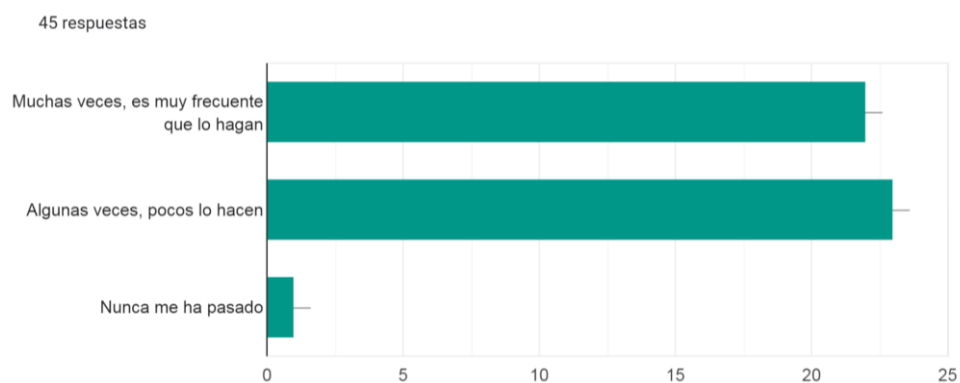
Le brindas el material teórico para hacerlo, dejando el texto en una fotocopidora	Usas la plataforma CREA para compartir los materiales	Compartes el material por correo electrónico o por grupos de <i>Whatsapp</i>	Les sugieres que busquen material en la biblioteca	Les sugieres que busquen información en <i>Internet</i> y exploren libremente	Les indicas un sitio web específico para que lo busquen	Otro Les traigo la fotocopia
17,8%	64,4%	48,9%	37,8%	44,4%	33,3%	2,2%



No caben dudas de que los docentes han incorporado los recursos digitales para el desarrollo de su trabajo. Las opciones más tradicionales como dejar material en la fotocopidora o sugerir al alumno que vaya a la biblioteca institucional, son opciones que presentan un porcentaje relativamente bajo con respecto a las otras que brindan soluciones más deseadas por los alumnos, teniendo en cuenta que estas generaciones prefieren tener todo resuelto al alcance de su mano y al instante.

**Pregunta 9 - elige una opción**

**¿Has detectado situaciones en las que los alumnos manejan información porque han visto vídeos en *YouTube*?**

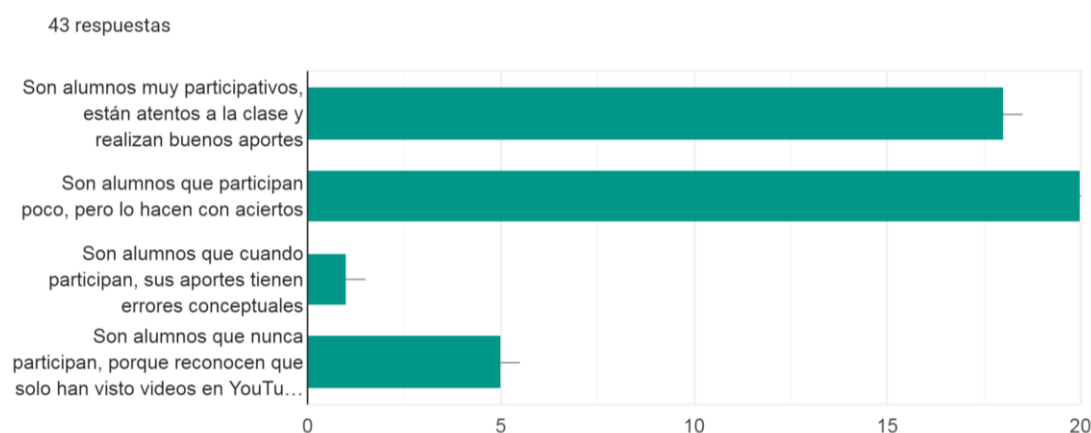


<b>Muchas veces, es muy frecuente que lo hagan</b>	<b>Algunas veces, pocos lo hacen</b>	<b>Nunca me ha pasado</b>
48,9%	51,1%	2,2%

Casi la mitad de los docentes (48,9%) reconoce que sus alumnos consumen productos de *YouTube* para estudiar, mientras que el 51,1% cree que muy pocos estudiantes lo hacen. Esto puede significar que muchos alumnos no les dicen a sus profesores que han estudiado en *YouTube*, también que los profesores no interrogan sobre la fuente de consulta o que los alumnos son poco participativos. Y por último el 2,2% que responde que nunca le ha pasado, además de ser un porcentaje muy bajo, podría tratarse de docentes muy tradicionales que manifiestan a sus alumnos que se debe estudiar en los textos que ellos recomiendan, por lo que los estudiantes podrían seguir las sugerencias del profesor o nunca admitir que estudian viendo videos en *YouTube*.

### **Pregunta 10 - opción múltiple**

**Si recuerdas haber tenido alumnos que consumen contenidos en *YouTube*, ¿cómo describirías su desempeño en la clase?**



Son alumnos muy participativos, están atentos a la clase y realizan buenos aportes	Son alumnos que participan poco, pero lo hacen con aciertos	Son alumnos que cuando participan, sus aportes tienen errores conceptuales	Son alumnos que nunca participan, porque reconocen que solo han visto videos en <i>YouTube</i> y eso no es suficiente
41,9%	46,5%	2,3%	11,6%

En la encuesta realizada a los alumnos, el 20% de los estudiantes manifiesta que no comparte con sus docentes que ha estudiado mirando videos en *YouTube*. El 4% responde que a sus docentes no les gusta que utilicen esa modalidad de estudio. Por lo tanto, cuando los docentes deben valorar los desempeños de sus alumnos con respecto a los resultados académicos que obtienen cuando estudian a partir de consumos audiovisuales de *YouTube*, no están en conocimiento de la realidad absoluta. De todas formas, al analizar las respuestas dadas a la pregunta: ¿cómo describirías su desempeño en la clase?, el 88,4% opina que los resultados académicos que obtienen esos estudiantes son positivos.

### *Pregunta 11 - respuesta abierta*

#### **Como docente, ¿consideras que *YouTube* es un auxiliar en la tarea educativa? ¿Por qué?**

Las respuestas fueron muy variadas, por lo que fue necesario establecer categorías y ubicar cada respuesta en una de ellas, para poder realizar el análisis. Las categorías son:

- a) UN AUXILIAR PARA EL ESTUDIANTE
- b) UN AUXILIAR PARA LA TAREA EDUCATIVA EN GENERAL
- c) LO ACEPTAN, PERO CON REPAROS
- d) CONSIDERAN QUE NO ES BUENO

Las respuestas obtenidas se presentan en el siguiente cuadro:

<b>UN AUXILIAR</b>	Si es bien utilizada es una excelente herramienta para implementar ya que <b>ellos la manejan a diario</b>
	En este momento su contenido está filtrado, por lo que sus contenidos están acertados. Tienen la opción de ver diferentes explicaciones, dadas por distintos actores. Cuentan con ejercicios variados. Pueden repetir un segmento cuántas veces necesitan o pausar la explicación. Y lo más importante, nadie se entera! <b>No se sienten</b> juzgados por no entender y pedir repetición, o por cambiar de profesor
	Si porque permite acceder a muchos temas en un <b>formato conocido por los estudiantes</b> .

<b>PARA EL ESTUDIANTE</b>	Sí lo considero porque los estudiantes no tienen hábitos de lectura y <b>les resulta más fácil y entretenido.</b>
	Sí, porque incluso <b>ellos pueden hacer trabajos</b> y lo han hecho creando canales de <i>YouTube</i>
	Tiene una amplia gama de materiales y contenidos. Es más <b>acorde a la forma de interpretar el mundo actual</b>
	Sí, porque <b>ayuda mucho</b> a los alumnos <b>a comprender</b> los temas

<b>UN</b>	Sí, puede resultar una <b>herramienta muy útil</b> , ya sea cuando el alumno la usa con responsabilidad (con interés de comprender mejor un tema) o cuando el docente la utiliza para complementar su material.
	Complemento para más que nada <b>introducir los temas</b>
	Si Porque <b>hay mucho material y variado</b> para diferentes temas
	Sí, porque nos <b>facilita el trabajo</b> a los docentes
<b>AUXILIAR</b>	Sin lugar a dudas, es una herramienta que es <b>un facilitador</b> a la hora de abordar los procesos enseñanza – aprendizaje, les brinda a los alumnos un refuerzo visual y muchas veces auditivos sobre los contenidos. Al tener la oportunidad de pausar y retroceder cuando no entienden algo, es un gran <b>apoyo áulico</b> para el docente al tener un acceso inmediato a la información cuando necesiten evacuar dudas sin la necesidad de esperar hasta la siguiente clase para hacerlo.
	Sí, claro. Muchas veces encontramos material que sintetiza y <b>organiza la información a trabajar</b> o a desarrollar.
<b>PARA</b>	Sí. <b>Es muy útil.</b> Solo es cuestión de buscar y seleccionar <b>contenido</b> para compartirlo. Están <b>disponibles</b> para ser utilizados todo el tiempo.
	<b>Totalmente</b>
<b>LA</b>	Sí. Tiene <b>contenidos útiles</b>
	Sí, porque presenta <b>contenido diversificado y de calidad</b> , principalmente desde fuentes institucionales
<b>TAREA</b>	Me <b>ayuda en la tarea educativa</b>
	Totalmente. <b>Facilita la comprensión.</b>
<b>EDUCATIVA</b>	Sí, ya que muchas veces no contamos en los centros educativos con el <b>material didáctico</b> adecuado.
	Sí, es un auxiliar. Como todo recurso, si se realiza una selección adecuada y acorde al tema y nivel del estudiante, es <b>productivo su empleo</b> y más teniendo en cuenta lo diverso del mundo estudiantil, dónde la imagen y la música son un <b>atractivo indiscutible.</b>
	Sí, porque me <b>ayuda a clarificar</b> algunos conceptos abstractos de la ciencia.
<b>EN</b>	Es un <b>auxiliar imprescindible</b>
	Sí. Permite <b>agilizar</b> las actividades, <b>reflexionar</b> , presentar contenidos de otra forma.

<b>GENERAL</b>	Es práctico y hay <b>muy buenos materiales</b>
	Sí, <b>dinamiza</b> la clase y se hace <b>más motivadora</b>
	Si es un auxiliar, porque aporta otro punto de vista y <b>complementa el trabajo docente</b>
	Sí, considero que hay <b>materiales interesantes</b> . Mucha variedad.
	Es muy versátil y sus <b>contenidos</b> en su mayoría son <b>correctos</b> .

<b>LO ACEPTAN  PERO  CON  REPAROS</b>	<b>Cuidando</b> las fuentes puede convertirse en un buen recurso
	Los puede ayudar a lograr autonomía y puede ser perfectamente un auxiliar para poder encaminar algo planteado, en la clase luego es importante hacer puestas en común <b>por errores que pudiera tener esos videos</b> para corregirlos.
	Sí, considero que es una plataforma de la que se puede obtener y crear material de calidad. Hay mucha información de calidad (proporcionada por expertos que son autoridades en sus disciplinas), pero también <b>hay información de pésima calidad impartida por algunos youtubers</b> . Es necesario educar a los estudiantes para que sepan seleccionar la información.
	Es un recurso más y gran estimulante para los jóvenes. De todas maneras es una herramienta con una gama de información tan amplia, que es importante <b>el control</b> de la misma y selección de los contenidos.
	YouTube es una buena herramienta para usar en clase, pero los <b>contenidos no siempre son correctos</b> . Depende de quién los publica, por eso es importante conocer canales, fiables. Me ha pasado en tiempos de pandemia, buscando videos para compartir con mis alumnos, “supuestamente de un profesor”, al ver los videos detectar errores ya en el inicio.
	Es rápido y actualizado pero <b>no tenemos hábito de trabajo</b> a través de este medio.
	Siempre y cuando se realice una <b>selección adecuada</b> sí, sirve como recurso motivacional, así como para mostrar actividades experimentales que por diversas razones no se pueden realizar en el centro educativo.
	Siempre y cuando sean canales educativos, son una buena fuente de información. En caso contrario, <b>los datos pueden tener errores</b> .
	Sí, los es. Aunque debemos <b>revisar el contenido</b> . Los chicos acceden fácilmente y lo tienen incorporado a su vida cotidiana ya que es el medio del cual obtienen música y otros contenidos de su interés.

<b>CONSIDERAN QUE NO ES BUENO</b>	<b>Actualmente no</b> , son pocos los que acceden y <b>no saben distinguir</b> un buen material de otro que no lo es
	A veces. <b>No siempre la información es 100% confiable</b> , por lo que hay que ser cuidadosos.
	<b>No</b> . Colabora en información o datos nuevos

Hubo un total de 41 respuestas. Si se llevan estos resultados según el número de respuestas de cada categoría que se estableció, se obtiene el siguiente cuadro:

UN AUXILIAR PARA EL ESTUDIANTE	UN AUXILIAR PARA LA TAREA EDUCATIVA EN GENERAL	LO ACEPTAN PERO CON REPAROS	CONSIDERAN QUE NO ES BUENO
7 respuestas	22 respuestas	9 respuestas	3 respuestas
17%	53,7%	22%	7,3%

El porcentaje de docentes que considera que los contenidos de *YouTube* no contribuyen positivamente en los procesos de aprendizaje de los alumnos, es relativamente bajo. Solamente un 7,3% de los profesores opina que la plataforma *YouTube* no es un sitio apropiado para estudiar porque los alumnos no saben distinguir los buenos materiales de los que no lo son o porque los contenidos que allí se ofrecen no son confiables en cuanto a la fiabilidad de la información que brindan. El 22% de los profesores si bien denotan una visible apertura hacia *YouTube*, también presentan algunos reparos que tienen que ver con la cantidad de material que allí se ofrece y lo difícil que es encontrar y seleccionar los más apropiados para cada estudiante, otro problema es la diversidad de personas que realiza el abordaje de los distintos temas, reconociendo que hay expertos idóneos que aportan muy buenos recursos, pero también hay contenidos realizados por personas que promueven errores conceptuales, complicando la tarea del docente que deberá dedicar tiempo de su clase para corregir esos errores que el alumno adquirió fuera del aula. Más del 50% de los docentes considera que los contenidos de la plataforma *YouTube* son un aporte positivo para los procesos de enseñanza-aprendizaje. Son una herramienta que brinda buenos recursos educativos para que los docentes puedan fortalecer sus propuestas y también son una herramienta útil para profundizar la comprensión de los alumnos ya que pueden ser consultados en todo momento, es decir que están a disposición de los estudiantes cuando estos están resolviendo sus tareas domiciliarias. En tanto el 17% de los profesores reconoce el potencial de los productos audiovisuales al relacionarlos con las formas cotidianas que tiene el alumno de vincularse con el mundo que los rodea, es decir el mundo de las pantallas y lo que éstas le brindan al adolescente: entretenimiento, inmediatez, interacción, imágenes, sonidos, movimiento y posibilidad de

manejar el tiempo a criterio del usuario, ver, pausar y volver al contenido en el momento que cada uno considere pertinente.

## CAPÍTULO V

### 11. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

#### 11.1. Una imagen vale más que mil palabras.

Siglo XXI, tiempo donde la imagen conquista un lugar de relevancia en las formas o vías de comunicación. Si a un producto digital, diseñado a base de imágenes, se le suma el sonido, se obtiene una combinación que se llama audiovisual. El audiovisual hace mucho tiempo que superó la concepción de ser una realización con el mero propósito de proveer entretenimiento, para ir ganando importancia y valor comunicativo, convirtiéndose en una vía para transmitir información y conocimiento.

“Una imagen vale más que mil palabras”, frase cuyo autor no se conoce con seguridad, por lo que existen varias conjeturas sobre la procedencia de dicha expresión. Una de ellas, dice que podría derivar del enunciado “una acción vale más que mil palabras”, atribuida al dramaturgo y poeta noruego Henrik Ibsen, que luego habría sido plagiada y modificada llegando a la versión que se usa en la actualidad. Pero lo que interesa del significado de esta expresión, es su pretensión de recalcar la *fuerza* que tiene la imagen, posicionándola sobre el texto, sin ninguna intención de definirla como algo que sea mejor, sino simplemente destacar que para su percepción, se involucran otros sentidos del ser humano. Para interpretar palabras y entender las oraciones que componen un texto, es necesario haber transitado por un proceso de *aprendizaje* que permite a un individuo conocer las letras, su forma, su sonido, sus combinaciones en las distintas sílabas para conformar las palabras y poder finalmente llegar a leerlas. Tener la capacidad de leer por sí sola no bastaría para una profunda comprensión de un texto, ya que por consiguiente debería además, haber desarrollado la competencia de la *comprensión lectora*, mientras que para denotar y connotar una imagen, sería suficiente con el hecho de poseer el sentido natural de la vista y lograr establecer asociaciones con el mundo que rodea al individuo. Esto no significa que la imagen sea más explicativa que el texto, nada podría estar más lejos, sino que la imagen es una vía de comunicación más universal, que escapa por ejemplo, a la diferencia entre los idiomas. Si bien es cierto que se puede aprender a “leer” imágenes y es más que necesario educar la mirada para una correcta decodificación de las mismas, cualquier persona que posee el sentido de la vista, tiene la capacidad innata de



interpretar una imagen y esa es la diferencia primordial entre imagen y texto. Si un niño no conoce el lenguaje textual y ve escrito en una hoja la oración: “*Los naranjos cuando son plantados en el jardín de un hogar, propician una infancia llena de dulces recuerdos*” no va a poder saber a qué hace referencia dicha oración. Sin embargo, si sobre la mesa hay una fotografía de naranjos cargados de frutas y niños risueños jugando entre ellos, va a poder establecer algún tipo de conexión entre la imagen y los árboles que hay en su jardín.

Los sistemas educativos apuntan con un fuerte énfasis a la enseñanza de la lectura y la escritura, mientras que el estudio del lenguaje visual queda relegado a un segundo plano y en muchos de los niveles educativos, es un campo de conocimiento que no es abordado a lo largo del año lectivo en ninguno de los cursos por los que transita el alumno. Si se analiza el contexto y las características de la modalidad de vida en la actualidad, esto podría ser considerado una debilidad de las propuestas educativas, teniendo en cuenta que las imágenes y la producción audiovisual son una de las formas de comunicación de mayor utilización por una considerable cantidad de humanos y no solamente de los más jóvenes, sino por el contrario, esta práctica es frecuente en personas de todas las edades.

El audiovisual es un recurso que contribuye a lograr autonomía frente a los procesos de aprendizaje y en esta investigación, ha quedado muy claro el hecho de que los alumnos buscan el acceso al conocimiento a través del consumo de productos audiovisuales. Los libros que contienen textos de excelente nivel, siguen estando al alcance de los estudiantes y cada vez incorporan más imágenes a color y de muy buena calidad para que sean más llamativos, ya que el recurso gráfico indudablemente ayuda en la comprensión de la mayoría de los temas que se deben estudiar, porque “una imagen vale más que mil palabras”. Pero a pesar de ello, los adolescentes de segundo y tercer año de bachillerato de dos liceos públicos y dos colegios privados de la Ciudad de Melo, reconocen que una de las fuentes más consultadas a la hora de buscar información para los cursos del liceo, es ver videos en *YouTube*. La realidad es que la producción audiovisual que brinda YouTube es lo suficientemente amplia como para que cada usuario que ingresa a la plataforma con el propósito de hallar un video que le sirva para vincularse con un determinado conocimiento, termina encontrando una realización, que satisface su objetivo de búsqueda, por lo que es altamente probable que regrese con el mismo objetivo, cuando se encuentre nuevamente frente a una propuesta de estudio.

## 11.2. *YouTube* forma parte de los sistemas educativos.

Los jóvenes tienen incorporado como uno de sus hábitos cotidianos, ser seguidores de la plataforma *YouTube*. La visitaban con ayuda de sus padres desde que eran niños muy pequeños, para ver sus personajes de animación favoritos y luego empezaron a frecuentarla para escuchar música, para ver videos sobre la vida de sus artistas preferidos, para conocer lugares y obtener *tips* cuando van a viajar, para encontrar tutoriales cuando tienen que realizar alguna tarea, cuyo proceso no les es familiar y también la usan con el fin de “estudiar”.

Cuando se les preguntó sobre la frecuencia con la que usan *YouTube* para estudiar, ninguno de los encuestados respondió que “nunca lo había hecho”. El 18,3% dice hacerlo muy pocas veces, mientras que el mismo porcentaje lo hace cada vez que tiene que estudiar, el restante 63,4% lo hace con frecuencia, pero alternando esta práctica con otras formas de acceso al conocimiento.

¿Por qué prefieren en general ver videos en vez de leer un texto? Frente a esta pregunta, la mayoría de los encuestados brinda respuestas que hacen referencia a la dinámica que poseen los videos, manifestando que los audiovisuales propician formas más entretenidas de establecer vínculos con el conocimiento que necesitan incorporar. Los jóvenes están en constante búsqueda de entretenimiento, aun cuando deben enfrentarse a tareas más formales como las actividades educativas. El consumo audiovisual es para los adolescentes, una actividad a la que dedican muchas horas al día. Se pierden en las Redes Sociales durante largos lapsos de tiempo, espionando la vida de sus pares y también la de jóvenes de otros lugares del mundo, estableciendo vínculos con personas que saben que es muy poco probable que vayan a conocer presencialmente algún día y aun así, pueden llegar a considerarlos amigos. Muchas veces conocen más de la vida de un amigo virtual, que de la vida de un compañero de clase. Crean contenido sobre sus propias experiencias y lo comparten para sentirse miembros de la comunidad juvenil. Compiten por la cantidad de “me gusta” que obtienen sus publicaciones y aceptan las solicitudes de cualquier persona con tal de aumentar el número de seguidores que tienen sus cuentas. Se mueven en terrenos peligrosos, pero confían en su habilidad para detectar las situaciones en la que pueda existir algún riesgo. En sus publicaciones muchas veces comparten información sobre sus vidas que su familia no conoce, por lo que estarían encontrando en las redes sociales un ámbito que les ofrece una libertad de expresión y les transmite una confianza que no sienten en su propio hogar. El entorno virtual es un lugar

natural para los jóvenes, no lo perciben como algo irreal o inmaterial, sino que forma parte de su entorno más próximo y cotidiano. Teniendo en cuenta esto, es natural que en ese mismo entorno, encuentren formas válidas para acceder al conocimiento. Confían en los creadores de contenidos vinculados a los temas que deben estudiar, porque consideran que las personas que se dedican a producir material educativo están actualizados, son idóneos en las temáticas que abordan y comprenden mejor cómo transmitir la información para llegar a los jóvenes. Opinan que el estilo que tienen los *youtubers* y/o *edutubers*, logra que se pueda mantener la atención e interés por el video durante más tiempo, porque sus propuestas son ágiles, interactivas y apuestan al empleo de diversos recursos, combinando oralidad, sonidos, música, efectos e imágenes fijas y móviles, logrando de esta manera, que distraerse sea menos probable. Pero a su vez, si eso sucede, pueden volver a retomar el video en el lugar donde se perdieron y lo pueden hacer todas las veces que sea necesario. Pueden pausar el video para enfocar su atención en otra actividad, es decir que pueden alternar la tarea educativa con otras cuestiones de sus vidas y eso es fundamental para una generación que funciona en modo multitareas y las pantallas siempre forman parte de algunas de sus elecciones.

En cuanto a los profesores, los datos obtenidos en este trabajo indican que el 91% de los docentes utilizan Internet para buscar recursos didácticos a la hora de diseñar y planificar sus clases y el 70% lo hace directamente en la Plataforma *YouTube*. Esto significa que el sitio es reconocido en el ámbito docente como un repositorio de videos o videoteca digital, que logra satisfacer las demandas de los enseñantes. Esta práctica lleva a deducir, que lo que los profesores en general buscan para compartir con sus alumnos, es en definitiva *un producto audiovisual*, porque de eso se trata *YouTube*.

¿Qué es lo que brinda *YouTube* a los profesores? En primer lugar recursos audiovisuales didácticos que contribuyen a favor de una clase menos expositiva. El docente cuando incluye este recurso, está permitiendo el ingreso al aula de un actor externo, convirtiéndolo en parte del proceso educativo y del diseño de su propuesta de enseñanza. Esta decisión, lejos de significar inseguridad por parte del docente, denota por el contrario, una confianza absoluta en su propuesta y convicción con respecto a sus conocimientos, ya que permite que el alumno pueda llegar a establecer algún tipo de comparación entre los dos estilos o formas de explicar el contenido que se está trabajando. Por otra parte es una forma de atención a la diversidad, ya que no todos los estudiantes aprenden de la misma manera.

Algunos jóvenes logran enfocar su atención en una pantalla con mayor facilidad que en una persona que tienen delante de sus ojos y con quien comparten el mismo espacio. Los videos de *YouTube* son un recurso que hacen posible que la clase pueda ser sincrónica o asincrónica y se convierten en material de consulta, de apoyo y estudio para los alumnos, facilitando la tarea al docente. Un alumno que ha visto el video que propone el profesor y aún tiene dudas, eventualmente se limitará a consultar sobre ellas en vez de solicitar al docente que le explique el tema completo nuevamente.

*YouTube* le brinda al docente la posibilidad de generar un espacio educativo personal, en el que podrá subir sus propios videos en el caso que se anime a crearlos, pudiendo además compartirlo con sus estudiantes y propiciando lugares de intercambio entre estudiantes de diferentes instituciones y niveles. Puede crear su propia comunidad educativa en un entorno virtual que trasciende el espacio del aula y de la institución educativa donde trabaja. Puede compartir el enlace de los recursos educativos que considera más apropiados para sus estudiantes a través de otras vías como la plataforma CREA, *MOODLE*, *EDMODO*, *BLOGS*, los grupos de *Whatsapp* o un correo electrónico. También puede proceder a la descarga gratuita del contenido, brindándole la seguridad de que podrá usarlo aún si llegara a suceder que al momento de la clase, no cuenta con conexión a *Internet*. Y cabe destacar además, que *YouTube* forma parte de la mayoría de las propuestas de formación permanente para docentes, teniendo en cuenta que muchas de las conferencias que se ofrecen para educadores, se transmiten a través del *Live Streaming* de la plataforma. Esto posibilita que un gran número de usuarios puedan participar de la conferencia mientras que la misma se desarrolla en tiempo real. La plataforma puede archivar emisiones de hasta 12 horas de duración, lo que posibilita el alojamiento de muchísimas horas de emisión. *YouTube* es la plataforma elegida para las transmisiones de diversa índole, no solamente por empresas privadas, sino también por entidades públicas gubernamentales.

### **11.3. La importancia de la Educación Audiovisual**

Si los niños y jóvenes definitivamente van a pasar muchas horas al día frente a las pantallas para buscar entretenimiento y si además el acceso a la información y al conocimiento también se da a través de ellas, ¿hace falta algún argumento más para incluir la Educación

Audiovisual en todos los sistemas educativos? Las pantallas han llegado para instalarse frente a todos sin importar la edad, el género, la profesión o la nacionalidad.

Todo empezó en Francia, cuando en París el 28 de diciembre de 1895 con el cinematógrafo de los hermanos Lumière, el mundo comenzó a mirar una imagen que brillaba en una pared, siendo este suceso el que marcó el inicio de una nueva era. El cine fue nucleando grupos de personas durante los fines de semana, para brindarles un tiempo de entretenimiento, que terminó luego convirtiéndose en un portal a otros mundos. Cineastas como Georges Méliès, Segundo de Chomón, Sergei Eisenstein, Alfred Hitchcock, Charles Chaplin, Steven Spielberg y Tim Burton entre tantos otros, hicieron posible la vivencia de experiencias sensoriales de los más diversos tipos e intensidades. El cine hizo posible viajar a tiempos remotos y vivenciar el pasado, viajar al futuro y conocer el destino que podría tener la humanidad, sentir el dolor de quienes vivieron tiempos de guerra, conocer los obstáculos que debieron enfrentar y los recursos empleados para superar las dificultades. Vivenciar la vida de una reina, la de un esclavo y la de un mártir, volar junto a un súper héroe y ser sepultado por un volcán. Conocer la historia nacional, regional y universal. Entender el mundo en el que se habita, posicionarse frente a un ideal y conocer los argumentos que lo fortalecen. La esencia humana se había plasmado en una gran pantalla. Luego llegó la televisión y se instaló en el corazón de cada uno de los hogares. Las pantallas ya estaban presentes en casa...

A partir de entonces los seres humanos comenzaron a rendirse frente a la imagen en movimiento y el audiovisual pasó a formar parte de sus consumos cotidianos con la misma naturalidad que ir a trabajar o sentarse a la mesa a cenar. La presencia de la pantalla pasó a ser parte de las actividades familiares. Reunirse a mirar un programa mientras se comparte una pizza o hacer silencio en la cena para escuchar las noticias del informativo, se volvieron situaciones corrientes y aceptadas con naturalidad por la mayoría de la población. Poco a poco dejó de ser suficiente tener una sola televisión en la casa y empezaron a formar parte de los elementos de uso personal de cada habitante del hogar. Las propuestas televisivas aumentaron considerablemente y además de los canales de transmisión por aire, surgen las empresas que venden transmisiones de canales por cable. Muchas personas se volvieron adictas a la pantalla y los medios de comunicación, se convirtieron en la compañía más importante que muchos individuos tienen a lo largo de sus días.

Pero llega algo nuevo que va a generar cambios aún más notables en la vida de las personas. Si bien lo que hoy conocemos como *Internet*, fue creado en el Departamento de Defensa de los Estados Unidos con el nombre de red ARPANET, desarrollado por su Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA), en los años 60 y 70. Vinton Cerf junto a Robert Khan, desarrollaron el protocolo de control de transmisión/Protocolo de *Internet* (TCP/IP), permitiendo la comunicación entre diferentes redes.

Sin embargo, *Internet* no se parecía mucho a lo que conocemos hoy hasta la invención de la *World Wide Web* por Tim Berners-Lee en 1989. La *World Wide Web* permitió la creación de páginas *web* y navegadores, lo que hizo que Internet fuera mucho más fácil de usar y accesible para el público en general. Berners-Lee también inventó el lenguaje *HTML*, que se utiliza para crear páginas *web*, y el protocolo *HTTP*, que es la base de la transferencia de datos en la *web*. NATIONAL GEOGRAPHIC España (2023)

En 1995 llega a Uruguay y podría decirse que rápidamente los uruguayos incorporaron *Internet* a sus vidas. En 2003 nace una nueva propuesta para la formación de docentes de Educación Media, con la Modalidad de Profesorado Semipresencial en la que los estudiantes de Formación Docente, pueden cursar la carrera desde sus respectivas localidades, accediendo a una plataforma virtual en la que están alojados los cursos correspondientes a las asignaturas específicas. Los cursos son reglamentados y se adaptan al régimen de evaluación y pasaje de grado del plan que esté vigente. En los comienzos de la modalidad Semipresencial, muchos alumnos debían acudir al Cibercafé o a los laboratorios de Informática de los Institutos de Formación Docente para acceder a la plataforma y enviar las actividades. En la actualidad la modalidad continúa a pesar de que ha sufrido algunas modificaciones en su gestión y son muy pocos los estudiantes que no tienen acceso a Internet desde su hogar. Fue en 2005 cuando se creó la Plataforma *YouTube* y de ahí en más, sucedió todo lo que se ha desarrollado a lo largo de este trabajo. *YouTube* se incorporó a la vida de las personas y una gran parte de la población mundial se convirtió en usuario de la plataforma, por diferentes razones. Pero lo que aquí

compete es concluir que *YouTube* es parte de la educación de niños, jóvenes y adultos y eso es una verdad que nadie se atrevería a poner en dudas.

## 12. CONCLUSIÓN

Hace tan solo quince años, hubiera sido difícil creer que un sitio que surge en *Internet* allá por el año 2005, con el propósito de compartir entre amigos videos sobre ellos mismos, sobre la vida, sobre las experiencias cotidianas, fuera a convertirse en el gigante que es hoy. A 18 años de la creación de *YouTube*, se puede decir que es todo un adulto en el mundo digital. La mayor videoteca del mundo, la plataforma más visitada de la web cuando de consumir y compartir audiovisuales se trata. Surgió en febrero del 2005 como un proyecto de los amigos Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim, quienes eran antiguos empleados de *PayPal*. El éxito fue tan inmediato y notorio que a poco más de un año y medio de su creación, *Google* compra la plataforma por la suma de 1.650 millones de dólares. Con el tiempo se fue convirtiendo en un sitio donde se puede encontrar de todo y el entretenimiento que en principio era la temática principal, es hoy solamente una de las diversas ofertas que brinda. Todos pueden consumir contenidos de *YouTube*, pero lo interesante es que también todos los que deseen producir y compartir, pueden subir contenido a la plataforma y para eso solo es necesario crear un usuario que además es totalmente gratis. Una vez que se desea subir un video, se debe crear un “canal” y como dueño del mismo se puede determinar si el video que se sube a la plataforma va a ser compartido con el mundo o solamente con quien el usuario elija hacerlo. Hasta se puede usar la plataforma como un sitio de almacenamiento de contenidos personales.

*YouTube* se convirtió en un terreno muy fértil para el desarrollo de la *web 2.0*, porque hizo posible la interacción entre usuarios, porque brindó las oportunidades a todos por igual para compartir sus producciones y a la vez, generó un entorno en el que fueran los mismos usuarios quienes pudieran determinar cuáles productos audiovisuales se destacan, cuáles merecen la pena ser vistos y cuáles no. Con la posibilidad de dar un “*me gusta*” o un “*no me*

*gusta*” todos pueden ser partícipes y emitir su opinión sobre cada contenido que allí se comparte. Esa es la esencia de la *web 2.0*. Las personas comenzaron a sentir y vivenciar el verdadero significado de la participación democrática, algo que la televisión no había podido brindar.

YouTube se convierte en un escenario importante no solamente por tratarse de una especie de filmoteca, sino porque este lugar lo obtiene en medio de una cultura que lo propicia y necesita. Una cultura de la imagen que ya tiene más de un siglo de audiovisual, de cine, televisión y video. Una cultura global que educó su mirada para leer y escribir ese lenguaje. De ello que los medios digitales de comunicación, las tecnologías que los soportan, los saberes que los actualizan hacen propicias nuevas relaciones de los sujetos de la comunicación –antes receptores– para con el lenguaje y los relatos audiovisuales. En este escenario, el decodificador de mensajes es también productor y en escenarios de *Internet*, telefonía móvil y videojuegos puede despuntar esa afición. Por todo ello, *YouTube* es en alguna dimensión más que una filmoteca, ya que es colaborativo y allí tienen lugar los más diversos relatos amateurs. (Murolo y Lacorte, 2015, pp. 25-26)

Hay usuarios que tienen muchos videos subidos a su canal. Cuando esta práctica se realiza periódicamente y los videos son del agrado de los usuarios, los mismos comienzan a suscribirse y el canal pasa a tener muchos seguidores (suscriptores) y los videos tienen cantidades considerables de reproducciones y suman muchos “*me gusta*”, a los creadores de esos contenidos, se les llama *Youtubers*. Lo que llama la atención de *YouTube*, es cómo una creación que surge en total desconexión del entorno académico, haya podido vincularse tan entrañablemente con el mundo de la educación formal. Y cómo este vínculo a su vez, le brindó a *YouTube* la posibilidad de atraer a profesionales del mundo académico haciendo que la



plataforma hoy por hoy sea un reservorio de material audiovisual de gran valor para los procesos educativos en todos los niveles de la educación formal y no formal.

Como consecuencia de esta nueva realidad educativa ha surgido un nuevo colectivo de *youtubers*, los cuales han sido denominados como los *edutubers*, término utilizado para designar a todas aquellas personas que, gracias a la plataforma *YouTube*, participan y colaboran creando contenidos educativos en diferentes áreas del conocimiento con el fin de compartirlos y divulgarlos entre los usuarios de dicha red. Los niños y adolescentes no viven ajenos a esta realidad educativa y son muchos los que día a día se conectan a Internet para ampliar sus conocimientos sobre una materia y resolver todas aquellas dudas que le surgen en sus estudios. (Martínez, 2021. p.71)

En este trabajo de investigación, resultó evidente que los jóvenes valoran en gran medida a los *edutubers* y prefieren consumir sus videos a la hora de estudiar, porque reconocen que es imprescindible ser idóneo en el tema para poder transmitir con claridad los conocimientos que necesitan aprender. Para ser un *edutuber* destacado, es necesario demostrar también conocimientos sobre la producción audiovisual. En las respuestas de los alumnos encuestados queda muy clara la exigencia que tienen como usuarios con respecto al nivel de conocimientos que deben tener los *edutubers* y *youtubers* sobre la producción de los videos que suben a sus canales. El lenguaje audiovisual que utilizan debe cumplir con los altos estándares de pretensión de los exigentes consumidores, de lo contrario no van a ser reproducidos, ni valorados positivamente por más que los contenidos estén vinculados con la búsqueda realizada por el estudiante. El video debe ser entretenido, atrapante, interactivo, ágil, fácil de comprender y debe aportar el conocimiento que ellos buscan. Los adolescentes dedican un considerable tiempo de cada uno de sus días frente a las pantallas consumiendo contenidos audiovisuales, esto propicia un entrenamiento en la mirada y la percepción, generando en consecuencia consumidores muy exigentes a los que hay que satisfacer subiendo

los niveles de calidad de producción. Cuando un producto audiovisual cumple con todos los requerimientos del estudiante, se convierte en la fuente de consulta favorita de la mayoría de los alumnos. Consideran que estudiar mirando videos es altamente efectivo porque involucra varios sentidos y se generan sensaciones al ver el video. La memoria visual se combina con la auditiva y los ejemplos gráficos son un componente esencial para facilitar la comprensión de los saberes que se pretende incorporar.

Los docentes poco a poco van aceptando estas nuevas formas de estudiar de sus alumnos. Comienzan a comprender que los estudiantes de hoy no aprenden igual que los que se encontraban en las aulas hace 15 o 20 años. Hace muchos años que se viene hablando de los beneficios de la incorporación del audiovisual como recurso didáctico para las clases correspondientes a cualquiera de las áreas del conocimiento. Las generaciones de docentes que han sido formadas estos últimos años, lo tienen claro, asimilado y lo han incorporado de forma muy natural porque la interacción con las TIC, ha sido parte de su formación. El resultado de esta encuesta, refleja la realidad del colectivo docente que trabaja dictando los cursos en bachillerato. La mayoría de los docentes que eligen las horas correspondientes a 2º y 3º de bachillerato, son justamente los ubicados en los primeros lugares de los escalafones docentes, es decir los de mayor grado, significando que son los de mayor antigüedad. Son docentes que recibieron su formación en épocas en las que las tecnologías digitales no se habían incorporado aún en la educación o por lo menos no con tanta intensidad como en los últimos años. Es difícil cambiar la modalidad de trabajo luego de mucho tiempo de experiencia, haciendo las cosas de una determinada forma. Además, es importante recordar, que estos profesores hicieron sus prácticas pre profesionales, observando a educadores experimentados, es decir a docentes con muchos años de experiencia laboral en la tarea educativa, pero que fueron formados en épocas aún más alejadas de las TIC. Por todo esto es de destacar, que estos profesionales han tenido que realizar grandes cambios en sus prácticas para poder acompañar la vertiginosa llegada del mundo digital y virtual a las Instituciones Educativas.

Seguramente la realidad vivida durante los años 2020 y 2021 con la emergencia sanitaria debido al Covid 19, generó un cambio de perspectiva en muchos docentes que se mantenían resistentes frente al empleo de las TIC en sus clases. Muchos descubrieron que *YouTube* es mucho más que un sitio donde ver videos musicales, ya que los mismos

Inspectores de asignaturas recomendaban utilizar recursos audiovisuales contenidos en el sitio para fortalecer las propuestas planteadas en las plataformas educativas que se usaron para desarrollar la educación en la virtualidad. Hoy día, *YouTube* es elegido por los sistemas de educación formal y no formal por ser un sitio que brinda un soporte seguro y efectivo para clases virtuales, de cursos de Postgrado, Maestrías y actualizaciones docentes de todos los subsistemas. Además de proporcionar la posibilidad de visualizar el evento en vivo, con la posibilidad de usar un chat en tiempo real, la plataforma también brinda la posibilidad de guardar el contenido para ser visualizado cuando el usuario así lo requiera.

Ser docente hoy, es embarcarse en una profesión que implica aceptar que hay que acompañar los cambios, significa asumir la responsabilidad de promover también la alfabetización digital y la ciudadanía digital. El docente ya no es quien enseña, sino quien guía los procesos de enseñanza. Más que un enseñante, se podría decir que es un gerente de aprendizajes.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

- **Aguirre, I** (2000) “Teorías y prácticas en educación artística”
- **Aguirre Arriaga, I.** (2005). *Teorías y Prácticas en Educación Artística: Ideas para una revisión pragmatista de la Educación Estética.*
- **Antolín Prieto, R.** (2012). YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0.
- **Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A.** (2018). Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la preadolescencia= Youtubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la*

*preadolescencia= Youtubers' social functions and their influence on pre-adolescence*, 71-80.

- **Area, M., & Pessoa, T.** (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0= From Solid to Liquid: New Literacies to the Cultural Changes of Web 2.0. De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0= From Solid to Liquid: New Literacies to the Cultural Changes of Web 2.0., 1-16.
- **Augustowsky, G** (2015) “La creación audiovisual infantil como práctica educativa. Estudio de experiencias y discursos en contexto.” Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Bellas Artes. Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica.
- **Aparici, R.** (2011). Educomunicación: más allá del 2.0. Editorial Gedisa.
- **Barroso, J. A. G** (2010) Escenarios virtuales, cultura juvenil y educomunicación 2.0. In Educación: más allá del 2.0 (pp. 251-266). Gedisa.
- **Bauman, Z.** (2015). *Los retos de la educación en la modernidad líquida* (Vol. 880004). Editorial Gedisa.
- **Bernal-Meneses L, Gabelas-Barroso JA, Marta-Lazo C.** Las tecnologías de la relación, la información y la comunicación (TRIC) como entorno de integración social. Interface (Botucatu). 2019; 23: e180149 <https://doi.org/10.1590/Interface.180149>
- **Cabrera-Torres, A.,** Chacón-Luna, A., & Vera-Paredes, D. (2015). Incidencia del uso del internet en los adolescentes de las instituciones de educación media. Revista ciencia UNEMI, 8(14), 57-66.
- **Canet, F y Prósper, J** (2009) “Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos”
- **Cárdenas, J.** (2018). Investigación cuantitativa.
- **Casado, R** (2006). Claves de la alfabetización digital.
- **Castells, M.** (2001): Internet y la Sociedad Red
- **Castillo, D. P.** (2010). Construir nuestra palabra de educadores. In Educación: más allá del 2.0 (pp. 27-40). Gedisa.
- **Cornella, A.** (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomia. com*, 8.
- **Coslado, Á. B.** (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. Foro de educación, 10(14), 157-175.

- **Druetta, D. C.** (2010). El entramado reticular de la educación: una mirada desde la comunicación. In Educación: más allá del 2.0 (pp. 105-128). Gedisa.
- **Eisner, E.** (2004). *El arte y la creación de la mente* (p. 21). Barcelona: Paidós.
- **Espejo, P. P. S.** (2021). *Docencia, ciencia y humanidades: hacia un enseñanza integral en la Universidad del siglo XXI* (Vol. 4). Dykinson. (CAPÍTULO 3. La Educación a través de YouTube: Análisis de los canales de Edutubers Españoles. M<sup>a</sup> Aurora Forteza Martínez)
- **Freire, P.** (1968). Pedagogía del oprimido.
- **Gabelas-Barroso, J. A., Marta-Lazo, C., & Aranda, D.** (2011). Por qué las TRIC y no las TIC. artículo en línea]. Comein. Revista de los estudios de Ciencias de la Información y Comunicación, 9.
- **Gabelas, J. A.** (2007). Una perspectiva de la educación en medios para la comunicación en España. *Comunicar*, 15(28), 69-73.
- **García-Jiménez, A., López, M. C. L. D. A., & Montes-Vozmediano, M.** (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 25(48).
- **Gómez, G. O.** (2010). Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos. *5REHUWR \$ SDULFL FRRUG*.
- **González Gómez, O.** (2018). Análisis de la narrativa audiovisual de los Youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos
- **Gutiérrez Martín, A.** (2003). Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas
- **Gutiérrez, A.** (2006). La alfabetización múltiple en la sociedad de la información. *Claves de la alfabetización digital*, págs, 73-84.
- **Hernández, F** (2000) "Educación y Cultura Visual"
- **Hernández, F.** (2005). ¿ De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual?. *Educação & Realidade*, 30(2), 9-34.
- **Houssaye, J.** (1999). Le triangle pédagogique: rappels. *Carrefours de l'education*, (7), 2-5.

- **Huergo, J. A.** (2010). Una guía de comunicación/educación, por las diagonales de la cultura y la política. In *Educación: más allá del 2.0* (pp. 65-104). Gedisa.
- **Jiménez, A. G., García, B. C., & de Ayala López, M. C. L.** (2016). Adolescents and YouTube: Creation, participation and consumption. *Prisma Social: revista de investigación social*, (1), 60-89.
- **Kaufman, A. M., & Perelman, F.** (1999). El resumen en el ámbito escolar. *Lectura y vida*, 20(4), 6-18.
- **Latorre, M.** (2018). Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. Recuperado de Universidad Marcelino Champagnat: [http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74\\_Historia%20de%20la%20Web.pdf](http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf).
- **Martín, A. G.** (2010). Creación multimedia y alfabetización en la era digital. 5REHUWR \$ SDULFL FRRUG.
- **Martínez, A. F.** (2021). La educación a través de YouTube: Análisis de los canales de edutubers españoles. In *Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030* (p. 207). Egregius.
- **Masterman, L.** (1996). La revolución de la educación audiovisual. *La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías. Madrid: La Torre.*
- **Masterman, L.** (2010). *La enseñanza de los medios de comunicación* (Vol. 1). Ediciones de la Torre.
- **Mirzoeff, N** (2003) “Una introducción a la cultura visual”
- **Murolo, N. L., & Lacorte, N.** (2015). De los bloopers a los youtubers. Diez años de Youtube en la cultura digital. *Question/Cuestión*, 1(45), 15-29.
- **NATIONAL GEOGRAPHIC/España.** (2023) [¿Quién es dueño de Internet? ¿Cuándo y quién lo inventó?](#)
- **Orellana Pineda, N. R., & Salazar Carrion, R. L.** (2021). Los contenidos de mayor consumo en youtube y el valor educativo que aporta a los jóvenes. Repositorio Digital de la Universidad Técnica de Machala. [Artículo](#)
- **Orozco Santa María, A. M., & García Ramírez, M.** (2017). Autopercepción de habilidades de aprendizaje en ambientes virtuales. *CPU-e. Revista de Investigación Educativa*, (25), 144-167.

- **Pereira, Joaquín** (2018). “Educación artística, elección de bachillerato y capacidades. Efecto de la creación del bachillerato artístico en la matrícula universitaria.” Serie Documentos de investigación estudiantil, DIE 03/2018. Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República, Uruguay.
- **Pereira, S., Moura, P., & Fillol, J.** (2018). El fenómeno de los YouTubers:¿ qué hace que las estrellas de YouTube sean tan populares entre los jóvenes?.
- **Prats, J. F.** (2010). Educomunicación y cultura participativa. In Educación: más allá del 2.0 (pp. 251-266). Gedisa.
- **Pérez Tornero, J. M., Pi, M., Tejedor, S., Durán Becerra, T., Portalés, M., Esteban, A., & Calle Gómez, J.** (2015). Perspectivas 2015: El uso del audiovisual en las aulas. *La situación en España. Informe IV del Proyecto Filmed de la Comisión Europea, 91.*
- [Programa de LCyMA](#)
- **Quiroz Velasco, M. T.** (2010). Educar en otros tiempos. El valor de la comunicación. *Educomunicación: más allá del, 2*(187-203).
- **Ramírez-Ochoa, M. I.** (2016). Posibilidades del uso educativo de YouTube. *RA ximhai, 12*(6), 537-546.
- **Weinstein Cayuela** (2001) “Joven y alumno. Desafíos de la enseñanza media” Revista Última década en octubre del 2001, 9(15), 99-119

## ANEXO

### Enlace a las encuestas

[Primera Encuesta - Alumnos](#)

[Segunda Encuesta - Alumnos](#)

[Encuesta Docentes](#)