

María José Arrieta Chica
Ángel Torres-Toukourmidis

Análisis de las producciones audiovisuales acerca del patrimonio e historia naval del Ecuador realizadas por los museos navales. Percepciones de estudiantes, docentes y comunicadores

Introducción

Desde el año 2020, el país y el mundo enfrentan una crisis de salud pública a causa de la Covid-19. Por esta razón, mediante Acuerdo Ministerial No. 126, el Ministerio de Salud Pública estableció el Estado de Emergencia Sanitaria en todo el país. El Decreto Ejecutivo No. 1017, que dispuso el expresidente Moreno declaró el Estado de Excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional (Ministerio de Salud Pública, 2020).

Además, el COE Nacional a lo largo del 2020 y del año en curso, ha dispuesto una serie de medidas acorde al nivel de emergencia en que se encuentre cada ciudad. Este entorno ha influenciado para que muchas actividades culturales, artísticas y educativas suspendan su presencialidad; por lo que muchos museos, instituciones, galerías, entre otras, han cerrados sus puertas o disminuido su horario de atención y capacidad de aforo.

En este contexto de pandemia, los museos navales, así como muchas entidades afines, se han visto en la necesidad de adaptarse y evolucionar

tecnológicamente para acercar el patrimonio marítimo a la comunidad educativa y al público en general. Desde la perspectiva del servicio al usuario de los museos navales, se manifiesta que existe mucho desconocimiento por parte de los ciudadanos, sobre la tradición y cultura naval del Ecuador. La divulgación de estos saberes a las próximas generaciones requiere de una coordinación interinstitucional, con el fin de que se reafirme y se impulse una propuesta educativa mancomunada.

Bajo ese tenor, el objetivo primordial de los museos navales es difundir el patrimonio marítimo a la comunidad educativa, a fin de promover la cultura náutica. Por esta razón, se ha realizado a lo largo de muchos años una serie de coordinaciones con la Subsecretaría y Ministerios de Educación para facilitar estos conocimientos en las infancias y adolescencias.

En vista de las medidas de restricción para la prevención de nuevos contagios, los directivos de los museos navales tomaron la iniciativa de desarrollar un proyecto que permita la digitalización de la experiencia en el museo. En esta labor crearon productos audiovisuales educativos e informativos, fin de que faciliten el aprendizaje y la cercanía de los jóvenes al patrimonio marítimo del Ecuador.

Debido a la crisis por la Covid-19, se aceleró el proceso de digitalización en diferentes ámbitos como la medicina, el comercio, la educación. No podía ser distinto con entidades como los museos; los cuales han tenido que reinventarse e incursionar en el mundo digital para cumplir la misión de ser un referente cultural para las nuevas generaciones.

El Instituto de Historia Marítima del Ecuador tiene bajo su administración tres museos de relevancia nacional: Museo Naval Almirante Juan Illingworth, Museo Memorial Cañonero Abdón Calderón y Museo Naval Contemporáneo, en donde se alberga una colección importante de bienes patrimoniales relacionados a la historia marítima del Ecuador. Los museos navales, son entidades que se encuentran al servicio de la comunidad educativa; así también son organismos corresponsables dedicados al acercamiento del patrimonio marítimo naval a la sociedad.

En dichos museos se presentan estrategias como la difusión virtual con la finalidad de facilitar el aprendizaje desde casa. Dentro de su propuesta, los museos navales han digitalizado su contenido histórico durante la pandemia, obteniendo como resultado sesenta y nueve piezas audiovisuales con duración de aproximadamente de dos minutos cada una, fin de captar la atención de estudiantes. Cabe indicar que los videos fueron colgados en el canal de YouTube y página de la Armada del Ecuador www.armada.mil.ec, y se elaboró un formato con los sesenta y nueve enlaces generados de dichos videos; que lleva como fondo material cultural-pedagógico del matrimonio e historia naval del Ecuador. De los cuales treinta y uno corresponden al Museo Memorial Cañonero Abdón Calderón, treinta videos al Museo Naval Contemporáneo y ocho al Museo Naval Histórico Almirante Juan Illingworth.

Este tipo de proyectos son una medida esencial en el proceso de convertir el patrimonio cultural en un recurso activo al servicio de la sociedad y facilitarlo a todos los ciudadanos. Por ende, el proyecto de digitalización de los museos navales, puede servir como material de apoyo dentro de los establecimientos de educación secundaria, quienes pueden obtener material didáctico para sus clases, incluso en medio la contingencia (Ley Orgánica de Educación Intercultural del Ecuador, 2011).

En tanto, el público objetivo de este proyecto, fueron estudiantes de colegio, específicamente del Liceo Naval “Cmdte. Rafael Andrade Lalama” quienes antes de las restricciones solían hacer visitas periódicas a las instalaciones del Complejo Cívico Naval Jambelí, pero debido a lo sucedido a lo largo del 2020 las visitas presenciales impulsadas por los docentes quedaron en el olvido, tomando como alternativa todo contenido mediante plataformas digitales.

En la actualidad los y las adolescentes están expuestos a un sinnúmero de estímulos tecnológicos, ya sean estas redes sociales, juegos en líneas u otras actividades en la web, incluso su formación académica pasó al formato virtual. Por esta razón, se considera pertinente que

centros culturales, como lo son los museos, encuentren nuevos rumbos y formatos para poder acerca a las nuevas audiencias (Cornejo, 2014).

Este trabajo se centra en las posibilidades pedagógicas que aportan los recursos museográficos basados en el lenguaje audiovisual. En esta investigación se analiza las piezas audiovisuales desarrolladas por los museos navales, con el fin de registrar el *feedback* del público objetivo y aportar con una crítica constructiva que permita a los museos a seguir desarrollando futuros proyectos educativos y culturales.

Por esta razón, este estudio busca mediante análisis cuantitativos y cualitativos, evaluar la difusión y de recepción de los videos, los efectos didácticos y de aprendizaje en los espectadores-alumnos, así también su utilidad como material de apoyo para los docentes. Si bien es necesario que los museos puedan explotar las potencialidades de las herramientas tecnológicas para llegar a los usuarios o interactuar con ellos, también es necesario hacer un ejercicio crítico sobre los productos audiovisuales midiendo el impacto y los resultados obtenidos en cada uno de los mismos.

Para Herrán-Gómez, Merino y Torres-Toukoumidis (2017) actualmente la educación vive un periodo de innovación donde existe una constante búsqueda de novedad narrativa, estética y de nuevas formas que permiten tener conocimientos de forma amena, eficaz y rápida. Según Carrillo y Estrevel Rivera (2010) lo que ayuda a obtener diversos beneficios pedagógicos que facilitan el pensamiento crítico y la resolución de problemas que repercute directamente en espacios como los museos, siendo estos definidos como algo inconmensurable, un lugar donde se exhibe lo histórico, compuesto por piezas invaluable, objetos escogidos, descontextualizados, emancipados tanto del mundo del que provenían como ante el que se mostraban.

La creación de los museos navales a nivel nacional cobra origen desde la creación del Instituto de la Historia Marítima de la Armada del Ecuador cuya fundación procede desde el 24 de julio de 1984 por parte del Director General, el contralmirante Fernando Alfaro, tuvo ayuda de un grupo de investigadores ecuatorianos formando

el primer directorio en la historia marítima del Ecuador, dos años después es designado como vicealmirante haciendo sus funciones como comandante general de la Marina.

En 1985 se crea el Museo Memorial Cañonero Abdón Calderón, situado en el parque de la Armada Nacional, un atractivo turístico por la historia y lo que representa para el país, abre sus puertas al público en calidad de museo desde 1986, más desde 2016 el Instituto de Historia Marítima se encarga de su administración y mantenimiento del mismo.

Los museos navales de la Armada, ubicados en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el Complejo Naval Jambelí; ostentan en cada una de sus salas, exposiciones permanentes y temporales, en donde se exhibe el patrimonio marítimo y se relata la historia naval del Ecuador, cuya línea de tiempo abarca desde la época prehispánica, colonial, republicana. En sus instalaciones cuentan con documentos, fotografías, reliquias relacionadas a la actividad naval; incluso réplicas de embarcaciones que marcaron hitos en el país, como lo fue *El Vapor Guayas*, el primer buque de guerra a vapor, que se construyó en 1841 en los astilleros de Guayaquil. Los museos navales forman parte del patrimonio cultural e histórico del país, pues son los encargados de preservar y difundir los episodios gloriosos de la Armada Nacional, acaecidos desde el siglo XIX hasta mediados del siglo XX. En estos periodos ocurrieron las campañas y combates más importantes, donde se protagonizaron grandes hazañas bélicas.

Santacana (2016) argumenta que el mundo de los museos es real porque se basa en el concepto de autenticidad; su fortaleza radica en las emociones que provoca. Por otro lado, los museos navales también relatan la memoria de los oficiales y tripulantes pertenecientes a la institución Armada, su identidad naval y formación profesional y técnica científica. Cabe indicar que toda esta narrativa se basa en investigaciones realizadas a lo largo de muchos años, por historiadores navales de gran prestigio.

Arévalo (2004) sostiene que la identidad se construye mediante la propia percepción —adscripción voluntaria— el cómo se es percibido

—identificación—; y el sistema cultural —tradición y patrimonio— de referencia que apunta a un sentimiento de pertenencia. Es decir, la identidad se fundamenta en una construcción real y en una construcción ideológica. Por esta razón es importante que los estudiantes de primaria y secundaria, puedan acceder al patrimonio e historia de su propio país. Tanto los educadores como las instituciones públicas necesitan trabajar en conjunto y aprovechar los recursos didácticos existentes para lograr que este aprendizaje sea significativo para las nuevas generaciones. Palma (2003) menciona que “Es necesario apostar decididamente por una educación crítica y creativa, para permitir actuar de forma libre y juiciosa en una sociedad cada vez más dominada por las máquinas y las tecnologías”(p.157).

Los museos como patrimonio cultural

Para Peña (2010), el museo es un Patrimonio Cultural que permite la preservación de hechos históricos que ha tenido el país, permite fortalecer desde lo espiritual y la cultura de un país o región. Por ende, los museos son de vital importancia en una nación, la conservación de la historia de un país es alojada en estos sitios que son fáciles de acceder, son patrimonios materiales que engloban los principios plasmados desde documentos a objetos que un día no fueron de vital importancia, pero la historia ha hecho que se revaloricen con el pasar de los años.

Prats (2005), indica que el patrimonio cultural supone una invención, y construcción social; en donde asocia los procesos de invención con la capacidad de generar discursos sobre la realidad. Así también asocia la idea de construcción social con los procesos de legitimización, es decir, de asimilación social de estos discursos más o menos inalterables.

Arévalo (2004) afirma que la identidad es una construcción social que se fundamenta en la diferencia, por lo que es necesario conocer la historia propia para distinguirse de los demás. En este caso, los museos navales son sitios donde se guarda la memoria de una región, de una época, de un pueblo; forma parte de la identidad como ecua-

torianos, no solo trata sobre la historia de los militares. Los museos, como patrimonios culturales, permiten crear una narrativa de la historia colectiva y conseguir que las personas se sientan identificadas, ya sea por valores estéticos, ideológicos o cívicos.

Complementariamente, Prats (2005) manifiesta que los elementos como naturaleza, historia y genialidad conforman una fuerza estructural que establece un triángulo, cuyo contenido constituye en un pool virtual de referentes simbólicos patrimoniales. En el caso de los museos navales, se puede constatar cómo estos elementos triangulan en su contenido integral. En el lado de la “naturaleza” se encuentra el océano Pacífico, que forma parte de los recursos invaluable de la geografía ecuatoriana; la tradición naval es también parte la cultura marítima. En el lado de la “historia”, se hallan los antecedentes navales, que abarcan una extensa línea de tiempo y los acontecimientos más importantes. Con respecto al lado de la “genialidad”, se ubican las diversas gestas históricas de marinos que, al librar cruentas batallas y combates, podría decirse incluso, salidos de la ciencia ficción, corresponden a la perfección al referente “genialidad”.

Sin embargo, a pesar de que los museos navales cuentan con todos los elementos necesarios para considerarse no solo una atracción turística, sino como herramienta didáctica para la enseñanza de la historia del Ecuador; siguen existiendo dificultades en la práctica. Con respecto a la enseñanza didáctica sobre patrimonio, Peña (2010) afirma:

El patrimonio arqueológico debe convertirse en una referencia en los planes de estudios docentes para utilizarlo como herramienta que permita a los alumnos crear experiencias didácticas en todos los niveles de la enseñanza. (...) cobrarán más dinamismo en el momento que apliquen una metodología práctica en base a la experiencia directa y la observación, la investigación y la difusión del Patrimonio. (p. 261)

Para Marfil (2011) el interés por impulsar la precepción y la inteligencia crítica en distintos ambientes visuales y audiovisuales, siendo el museo que ofrece una cercanía y posibilidades variadas para la investigación educativa y audiovisual. Si bien es cierto que

antes de la pandemia, muchos estudiantes de centros educativos de la ciudad visitaban periódicamente las instalaciones de los museos, dependía mucho de la coordinación para obtener el aval de entidades educativas como Subsecretarías, además de directivos de instituciones y los padres de familia. Con la llegada de la crisis sanitaria a nivel mundial y la suspensión de clases presenciales y el cierre de lugares de esparcimiento, las visitas al museo fueron pospuestas hasta nuevo aviso, lo que significa una crisis cultural que afecta también al sistema educativo.

Debido al contexto y la necesidad de conectar con los estudiantes y el público en general; muchos museos y centros culturales alrededor del mundo incursionaron dentro del ámbito virtual, mediante la digitalización de su contenido y recorridos virtuales. Santacana (2016) sostiene que los museos en la actualidad deben incorporar tecnologías, incluso las derivadas de la realidad virtual y la realidad aumentada, para poder ampliar su alcance. Hoy más que nunca, la digitalización permite que las técnicas de ilustración digitales y metodologías actuales potencien la difusión del patrimonio e historia.

Así también, dentro del posicionamiento de los museos es importante utilizar estrategias de marketing que permitan fijar en la mente de las personas, las actividades, historias y demás que ofrecen estas entidades, presentándose así otra forma de agilizar el acceso al patrimonio, es la edición de publicaciones en distintos soportes y de diversa naturaleza en función de los fines que persiga; ya sean de divulgación científica o de difusión didáctica para el gran público, visitas escolares o colectivos socioculturales. Los formatos y difusión digital no anulan la experiencia presencial, sino que enriquece las posibilidades de alcance y la diversificación de públicos.

Peña (2010) también menciona que la integración de textos e imágenes en los medios informativos favorece la comprensión del bien patrimonial o de las colecciones expuestas. La magnitud de la gestión que requiere dejar la museografía tradicional para explorar nuevos ámbitos, resulta un reto metodológico, administrativo y tecnológico arduo. El fin de acercar el patrimonio marítimo a la comunidad exige

una transición paulatina, además de generar estrategias para que permitan su viabilidad y compatibilidad con los futuros usuarios.

Contenido audiovisual como nueva herramienta educativa

La historia ha formado parte de la humanidad desde tiempos inmemorables, la historia de riquezas que representan la identidad de un país, mantener esa historia y darla a conocer a las nuevas generaciones es de vital importancia y los museos lo han venido realizando, pero la tecnología llegó a pasos agigantados y para quedarse, desde libros, revistas o visitar un lugar que puede contribuir en el aprendizaje de las personas ha evolucionado al ámbito digital, la llegada del cine lo fue en su momento y más aún con la pandemia aún vigente son muchos los cambios que se han presentado a nivel mundial.

Quintar, González y Barnes (2014) recalca que la implementación de contenido audiovisual sirve para atraer ese público y resaltar esa identidad cultural que se va perdiendo por factores como el desconocimiento histórico y, en la actualidad por temas como el confinamiento, debido a la pandemia la población no puede acceder a los museos, por ende, poner en marcha estos proyectos para dar a conocer la historia naval ha tenido gran acogida, con un total de sesenta y nueve piezas audiovisuales, establecidos en la plataforma de YouTube y página web de la Armada del Ecuador, con el fin difundir y mantener la historia naval vigente, así también atraer nuevo público a los museos navales.

El proceso de un producto audiovisual está conformado por una parte investigativa con aspectos metodológicos que sirven para la creación del producto comunicativo, como documentales, video reportajes o cápsulas informativas, siendo ésta última la elegida por la Dirección de Comunicación Social de la Armada, para transportar la historia de los museos a la pantalla y educar a la sociedad.

Guerrero (2010) indica que la metodología de un producto audiovisual está conformada por tres partes, la preproducción, producción y la posproducción, la primera etapa de se definen los objetivos, presupuestos y todo lo necesario para llevar el proyecto por buen

camino; la producción es la etapa donde se realizan los guiones, cronogramas de grabación y difusión, las grabaciones, las entrevistas, locuciones; todo el material que se usará en la última etapa que es la posproducción donde se monta todo lo recolectado anteriormente en el programa de edición para finalmente lanzar el proyecto a las plataformas pertinentes.

Ramos y Botella (2016) en su estudio al implementar las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y contenido audiovisual en la educación musical en España dio como resultado, que es contenido atractivo para los jóvenes, esto se debe a que ya nacen con ellas y en este caso los docentes son quienes deben adaptarse a estos cambios, adaptar la educación en la conveniencia de los niños, motivarlos en su proceso de aprendizaje.

Antes de la llegada de la pandemia, los museos eran usados para el aprendizaje y centros educativos asistían con sus estudiantes, pero la adaptación de productos audiovisuales es el primer paso a la digitalización de los museos navales de la Armada del Ecuador, con el objetivo de atraer público interno y externo del país, se realizaron las coordinaciones con el Ministerio de Educación, para que esta producción sea material de apoyo en la modalidad “Estudiando desde casa”; respetando el confinamiento y preservando la integridad de los estudiantes.

Amaral (2021) en su investigación resalta las redes sociales son constructoras de comunidades para hacer feedback, facilitan la interacción toda clase de contenido de este caso el cultural, cambiando la forma de percibir la información tradicional presencial ahora en digital; es lo que hace la Armada del Ecuador llevando la historia alojada en los museos a la red social más grande de contenido audiovisual como lo es YouTube.

El consumo audiovisual subió abruptamente durante los primeros meses de la pandemia, Arana, Mimenza y Narbaiza (2020) en su investigación recabaron datos de lo acelerado que fue el consumo de contenido digital, no solo de plataformas de mensajería, las que

alojan contenido audiovisual en los 700 encuestados el 23 % consumía entre dos a tres horas diarias de contenido como series, películas o documentales.

La implementación y difusión de contenido audiovisual ha permitido dejar lo tradicional y adaptar de manera inesperada por la llegada de la Covid-19 el material histórico del país, con la finalidad de llegar a los más jóvenes para que conozcan su historia y que no quede en el olvido. Antes de la llegada de la pandemia la afluencia de estudiantes en los museos no era de alto volumen, como se recalca anteriormente, se debía a ciertos factores como la organización de los centros educativos, el problema se hizo mayor a lo largo del 2020 y la estrategia de los museos navales es un impulso para que más instituciones se adapten a las nuevas tecnologías donde todos tengan acceso desde sus hogares.

Metodología, contextualización y participantes

El objetivo general es analizar el contenido cultural-pedagógico de la producción audiovisual de los Museos Navales, según las percepciones de estudiantes de bachillerato, docentes de ciencias sociales y productores audiovisuales. Los objetivos específicos son: Registrar las opiniones y el *engagement* de los estudiantes de bachillerato en relación con las piezas audiovisuales educativas de los Museo Navales; Analizar el contenido de las piezas audiovisuales de los Museos Navales bajo el criterio de expertos en producción audiovisual; Detallar el contenido cultural-pedagógico de la producción audiovisual de los Museos Navales y su estrategia de difusión; Identificar las percepciones de los docentes de ciencias sociales de bachillerato, acerca del potencial pedagógico de las piezas audiovisuales desarrolladas por los museos navales; Contrastar los criterios y apreciaciones recogidos en la investigación por parte de los participantes.

La investigación, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es de tipo aplicada, porque se adaptarán las bases propuestas en la investigación con el propósito solucionar la problemática identifica-

da, contemplando las acciones de evaluar, comparar, interpretar y establecer precedentes.

Esta investigación se organiza mediante un enfoque cualitativo tomando en consideración la base interpretativa del discurso y contenido audiovisual de los Museo Navales desde distintas perspectivas, evaluando su uso herramienta pedagógica potencial dentro de los centros educativos para la difusión de patrimonio y cultura naval valorando la opinión de educadores y productores audiovisuales quienes compartirán, desde un punto de vista pedagógico, si el contenido y el formato es adecuado para la enseñanza.

Por otra parte, el diseño Investigación-acción sirve para que el investigador aporte con soluciones a un problema social, el investigador se adentra ante los hechos, se investiga y a la vez se interviene con posibles soluciones (Criollo-Uyaguari *et al.*, 2020). Bajo la coyuntura de la pandemia, los museos de la Armada del Ecuador no tengan afluencia de público, por ello, los museos navales tuvieron que innovar las actividades de difusión y lo hicieron a través de la producción de 69 audiovisuales donde se expone el patrimonio e historia naval del Ecuador, estableciéndolo en un formato que puede ser considerado como un apoyo pedagógico para los docentes en los procesos de enseñanza aprendizaje.

El público objetivo para esta investigación está dividido en tres secciones: estudiantes de bachillerato entre los 15 y 16 años, pertenecientes a la Unidad Educativa Liceo Naval “Cmdte. Rafael Andrade Lalama” de Guayaquil, cuyos estudiantes antes de la pandemia solían visitar los museos navales con sus familiares por fines de esparcimiento o por conceptos educativos, y en muchos de los casos, las visitas presenciales se ejecutaban previo a coordinaciones entre el Instituto de Historia Marítima de la Armada y la Subsecretaría Educación, quien es la entidad encargada de conceder el aval y autorizar a los Distritos Educativos la salida de campo de los estudiantes de las diferentes Instituciones Educativas; por otra parte, tenemos al resto de la muestra participante, los docentes de la unidad educativa mencionada anteriormente y productores audiovisuales.

El muestreo de bola de nieve permite identificar a los sujetos principales que servirán de base para la investigación, en este caso los docentes y los productores audiovisuales, una vez que se obtenga la información deseada a uno de los entrevistados se procederá a conseguir datos de nuevos contactos y de esta forma seguir generando nueva información con otros sujetos que ayuden al proceso investigativo con contenido explícito que sirva para la obtención de los resultados de la investigación.

El tamaño de la muestra es de 64, dividido en 58 estudiantes entrevistados, focus group para 4 docentes de ciencias sociales y entrevistas a 2 productores audiovisuales. Se eligieron seis alumnos por cada pregunta debido a que el contenido visto en los audiovisuales es el mismo.

La recolección de datos se realizó mediante grupos de enfoque. El grupo de enfoque ayuda a que la interacción de los entrevistados genere la información, también conocida como entrevista grupal, Hamui y Vives (2021) “su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos y cómo se construyen grupalmente significados y en él existe un moderador que genera las preguntas” (p. 57). Se realizó a docentes de Ciencias Sociales del colegio naval/militar. La implementación del grupo de enfoque es por medio de la plataforma Zoom con la intervención de los participantes seleccionados resolviendo así las inquietudes de la parte investigativa.

Se llevó a cabo tres sesiones para realizar las entrevistas, en el primer caso dividido en dos grupos, uno de 33 y otro de 25 estudiantes, las demás entrevistas se dieron mediante la plataforma Zoom, el procedimiento mostrado en la figura 1.

Se aplicó una pregunta general para que cada participante vaya dando su punto de opinión, lo mismo se hizo con cada grupo, desde docentes, productores audiovisuales y estudiantes, con un total de tres sesiones para formular el cuestionario derivado para cada grupo de participantes. El siguiente gráfico esquematiza el proceso de recopilación de datos.

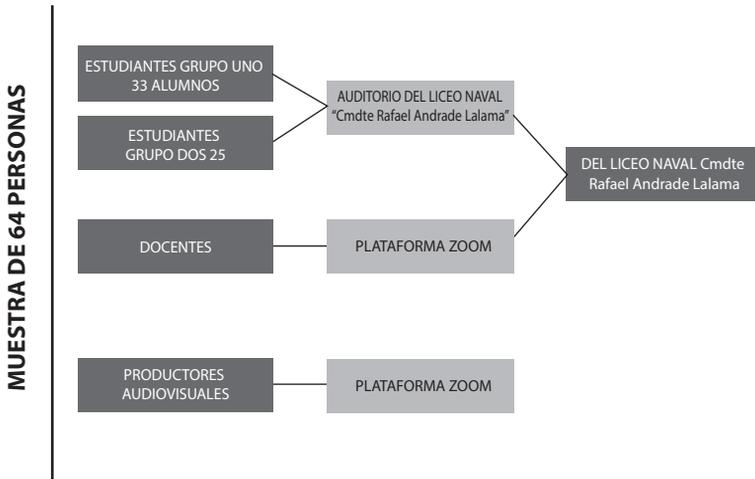


Figura 1. Fase de desarrollo del proyecto

Nota. Elaboración propia.

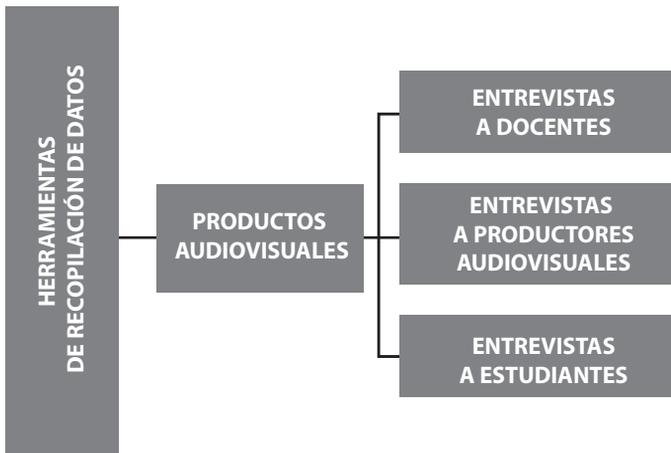


Figura 2. Segmentación de recolección de datos

Nota. La recolección de datos se aplicó mediante grupos de enfoque. Elaboración propia.

Para poder llevar a cabo esta investigación, se organizó en 2 fases. La primera entrevista colectiva anónima es dirigida a los alumnos de bachillerato de la Unidad Educativa Liceo Naval “Cmdte. Rafael Andrade Lalama” ubicado en la ciudad de Guayaquil; la estructura de la entrevista conformado por 13 preguntas de tipo abiertas acerca del beneficio de las piezas audiovisuales y su contribución para la educación.

Resultados

En la siguiente sección se procedió al análisis de los datos del material audiovisual obtenidos en el grupo focal tanto presencial o mediante plataformas como Zoom, se procedió a la división de los resultados en tres tablas, la primera describe las respuestas proporcionadas por los estudiantes, la segunda tabla hace referencia a las respuestas de los productores audiovisuales, y por último está la tabla con respuestas de los docentes, en el caso de los estudiantes el grupo focal se sub dividió en dos grupos, el primero de 33 y el segundo de 25, el procedimiento fue elegir a tres participantes por cada pregunta dando como resultados 6 respuestas por cada pregunta en los dos grupos, para los productores audiovisuales y docentes las entrevistas fueron mediante la plataforma Zoom, donde cada participante tuvo la oportunidad de dar su opinión acerca de las preguntas planteadas.

Resultados respecto a las respuestas de los estudiantes

ORD.	INDICADORES ESTUDIANTES	RESPUESTA	CANT.
1	¿Con que frecuencia ves videos educativos en tu colegio?	FRECUENTE DURANTE PANDEMIA	6
2	¿Conocen sobre la historia naval que guardan los Museos Navales de la Armada del Ecuador?	SÍ CONOCEN	6
3	¿Sabías de la existencia de los videos de la historia de los Museos Navales alojados en YouTube?	ME ENTERÉ PREVIO A LA ENTREVISTA POR LOS DOCENTES	6
4	Coméntenos uno poco sobre lo visto en los videos y qué aprendiste de ellos	SON EDUCATIVOS	6

5	¿Te parece oportuno el tiempo que dura cada pieza audiovisual?	DEBEN HACER UN SOLO VIDEO	2
		MUCHOS ENLACES	3
		SON MUY CORTOS	1
6	De los productos audiovisuales cual consideran que es el más importante y del cual has aprendido más.	VIDEO DE LA BATALLA DE JAMBELÍ	4
		VIEO DEL MUSEO DEL ALM. ILLINGWORTH	2
7	¿Qué sensaciones o emociones tuviste después de ver el video que más te agrado?	ORGULLO NACIONAL	6
8	¿Seguirías viendo más videos sobre la historia y patrimonio naval del Ecuador; elaborado por los museos de la Armada?	SI PORQUE ES BUENO SEGUIR APRENDIENDO	6
9	¿Cuáles son los aspectos que destacas de los videos?	LA VOZ DE LA PERSONA QUE NARRA	4
		EL CONTENIDO HISTÓRICO	2
10	¿Cuáles son los aspectos negativos que pudiste visualizar?	MUCHOS VIDEOS	2
		NO ESTÁN SEPARADOS POR TEMÁTICAS	2
		NO ESTÁN DIRIGIDOS PARA ESTUDIANTES	2
11	¿Qué recomendarías para mejorar los productos audiovisuales de los Museos Navales?	MEJORAR LA PRODUCCIÓN	2
		MEJORAR LA DIFUSIÓN	4
12	¿Crees que este proyecto deba continuar, exprésanos el por qué?	SI PORQUE DESTACA LA HISTORIA NVAL DE LOS MUSEOS	6
13	¿Prefieres este tipo de contenido online o seguir visitando los museos presencialmente?	PRESENCIAL SE APRENDE MÁS	58
14	Personas que no vieron los videos		6

Tabla 1. Distribución de preguntas con números de respuestas por estudiantes

En la participación del grupo focal está la colaboración de los estudiantes de la Unidad Educativa “Cmdte Rafael Andrade Lalama” seccionados en dos grupos; entre las respuestas con más relevancia está la visita presencial a los museos, y se evidencia radicalmente la respuesta de los 58 participantes, debido a que pueden percibir los hechos en persona, seguido está la respuesta de seis participantes donde manifiestan que gracias a la pandemia se vieron obligados a ver con más frecuencia este tipo de videos por el tema educativos.

Otro de los puntos importantes es el tema de recomendación para mejorar este proyecto siendo la opinión más alta la de difusión cuatro participantes coincidieron con dicha respuesta y si este proceso debe continuar se situó con un total de seis respuestas a favor, por otra parte, los estudiantes mencionan que el “intro” que es muy repetitivo y por ende aburrido y hace que pierdan el interés por seguir viendo las cápsulas. Por último, el tema de la duración de los videos la opinión es dividida, tres participantes indican que son muchos enlaces y eso hace aburrido de ver toda la información. Siendo estos los aspectos más relevantes en el proceso de las entrevistas.

Resultados respecto a las respuestas de los productores audiovisuales

ORD.	INDICADORES PRODUCTOR AUDIOVISUAL	RESPUESTA	CANT.
1	¿Tenías conocimientos del proyecto de los museos navales (Audiovisuales del patrimonio e historia naval) o como se enteraron?	SI SABÍA	0
		NO SABÍA	2
2	¿Qué papel juegan las redes sociales, en este proyecto de los museos navales?	MUY IMPORTANTE	2
		POCO IMPORTANTE	0
3	¿Entiendes, hacia qué público está dirigido la producción audiovisual de los museos navales?	DIRIGIDO A ESTUDIANTES	0
		DIRIGIDOS A PÚBLICO ADULTO	2

4	¿Crees que el público, al que consideras que está dirigida la producción audiovisual, mantuvo el interés durante todo el video?	SÍ	0
		NO	2
5	¿En qué punto consideras que una persona, independientemente del grupo al que está dirigido los videos, podría perder el interés?	EN LA INTRODUCCIÓN DEL VIDEO	2
6	De todos los videos que observaste, ¿Cuál te gusto menos y por qué?	VIDEOS CON MUCHAS FOTOS	2
7	De todos los videos que observaste, ¿Cuál te gusto más y por qué?	CUARTO VIDEO POR TOMAS EN DRONE	2
8	En cuanto a la edición de los videos, ¿consideras que tienen sincronía las ilustraciones con el audio?	FALTA MEJORAR EL TEMA DE MUSICALIZACIÓN	2
9	¿Consideras que el contenido y discurso visual está bien planteado en las piezas audiovisuales?	FALTAN PLANOS Y MEJORAR LA EDICIÓN	2
10	¿Qué se necesita para continuar con la impulsión de este proyecto, fin de que llegue a más personas?	MEJORAR PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	2
11	¿Cuáles crees que son los aspectos positivos que destaca de este proyecto?	TEMA EDUCATIVO	2
12	¿Cuáles crees que son los aspectos negativos que destaca del proyecto?	NINGUNO	2
13	¿Crees que hace falta más productos audiovisuales en el Ecuador donde se muestre la historia naval del mismo?	NINGUNO	2
14	Como productor audiovisual, ¿Qué implementaría para mejorar las futuras producciones que desarrollen los museos navales de la Armada del Ecuador?	MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN	2

Tabla 2. *Entrevista a productores audiovisuales*

En la tabla anterior son los resultados de los videos obtenidos, donde la muestra a analizar fueron los productores audiovisuales y entre los puntos destacados en el grupo focal predomina el desconocimiento de este proyecto el cual la totalidad de los participantes con

respuestas a favor, esto se debe a la falta de difusión mencionan ambos entrevistados, por otra parte lo negativo del proyecto es la falta de profesionalismo en la producción y postproducción, el contenido es muy bueno pero el apartado de edición es muy importante y eso es lo que escasea en las cápsulas, ambos productores proporcionan como respuesta que las cápsulas audiovisuales tienen muchas imágenes y pocas animaciones, y de los videos más destacados es el número 4 donde comienzan a salir tomas en drone, coincidiendo los dos profesionales con la respuesta, otra de las réplicas a destacar es que el proyecto como tal, no tiene puntos negativos pero la producción (desarrollo y ejecución de los videos) sí tiene muchos aspectos por mejorar, incluyendo su difusión.

Resultados respecto a las respuestas de los docentes

ORD.	INDICADORES DOCENTES	RESPUESTA	CANT
1	¿Como docentes, tenían conocimientos del proyecto de los museos navales (Audiovisuales del patrimonio e historia naval) o como se enteraron?	ME ENTERÉ PREVIO A LA ENTREVISTA	4
		SI CONOCÍA	0
2	¿Han implementado en clases, este tipo de videos para dar a conocer la historia de la Armada del Ecuador?	NO	0
		SÍ	4
3	Con que frecuencia se muestra los audiovisuales a los alumnos, o solo es para tareas específicas. Depende mucho de los temas que tienen que mostrar en clases.	MUY FRECUENTE	1
		DEPENDE DEL CRONOGRAMA	4
4	¿Ha sido difícil captar la atención de los estudiantes mediante este tipo de productos audiovisuales y a que se debe?	NO HA SIDO DIFÍCIL POR LA DURACIÓN DE LOS VIDEOS	4
5	¿Consideras que el tiempo de duración de cada pieza audiovisual es el prudente para no perder la atención del estudiante?	PARA LOS ESTUDIANTES CON MÁS EDAD DEBEN SER EXTENSOS	2
		PARA LOS PEQUEÑOS SI ES EL TIEMPO ADECUADO	2

6	¿Cuáles son los aspectos positivos que destacas de los videos?	EL CONTENIDO YA QUE ES EDUCATIVO	4
7	¿Cuáles son los aspectos negativos que destacas de los videos?	LA PRODUCCIÓN FALTA CONTENIDO QUE DESCRIBA LO QUE SE RELATA	4
8	¿Recomendaría a otros usuarios la visualización de estos videos de la historia de los museos navales?	NO	
		SI	4
9	Has visto otro tipo de videos de la historia naval del país.? Si es así comenta los que has podido visualizar	NO CONOZCO	4
		SI CONOZCO	
10	¿Cree usted que debemos seguir elaborando producciones audiovisuales en donde se presenta la historia y el patrimonio naval del Ecuador?	SI PARA DAR A CONOCER LA HISTORIA DE FORMA EDUCATIVA	4
11	¿Que recomienda para mejorar estos productos audiovisuales?	MEJORAR LOS TIEMPOS DE CADA CÁPSULA	4
12	¿Cree que esta producción de audiovisuales de los museos navales puede ser considerada material pedagógico?	SI	4
13	Le gustaría seguir conociendo la historia naval a través de los videos, visitas presenciales a los museos o ambas. ¿Por qué?	AMBAS PARA EDUCAR EN CLASES Y EVI-DENCIAR DE FORMA PRESENCIAL	4

Tabla 3. *Entrevista a docentes*

En este apartado está la muestra de cuatro docentes participantes en el grupo focal, al igual que los productores audiovisuales la respuesta destacada es el desconocimiento de los videos predomina coincidiendo las cuatros respuesta de los participantes, los docentes al igual que los alumnos y productores se enteraron días antes a la entrevista, pero en ese poco tiempo implementaron los videos en las aulas de clases toda la muestra coincidieron en hacerlo y que de esta manera prepararon a los estudiantes para las entrevistas, a pesar de que no es muy frecuente presentar este tipo de material en las aulas

de clases ya depende al cronograma de actividades que tienen los docentes o su plan anual.

No ha sido difícil captar la atención de los alumnos de octavo, pero para los más adultos de tercero de bachillerato es más complicado mantener la atención por eso se recomienda mejorar los tiempos o hacer un solo video mencionan los cuatros participantes, el contenido es bueno y esto se debe al ser educativos, están dirigidos a estudiantes pero si hay que mejorar aspectos como la duración de cada video, tanto la visitar presencial o de forma virtual es buena alternativa para conocer la historia de los museos ya que muchas veces y en especial en esta época de pandemia es complicado asistir con grupos de estudiantes a estos lugares, son datos que los cuatros docentes prácticamente están de acuerdo y coinciden con la misma opinión.

Conclusiones

Debido a la crisis sanitaria generada raíz de la pandemia a causa de la Covid-19, surgieron cambios en la vida cotidiana de las personas alrededor del mundo. En Ecuador el ámbito educativo fue uno de los principales afectados, debido a que la asistencia de los estudiantes y docentes a los planteles quedó restringida y sustituida por la modalidad “Estudiando desde casa” del MINEDUC, modalidad que se estableció en clases virtuales por medio de plataformas como Zoom. La situación de los museos no fue distinta, las actividades de difusión propias de estos tuvieron que ser suspendidas por un tiempo y luego restringidas de acuerdo con las disposiciones emitidas por el Comité de Operaciones de Emergencia (COE) Nacional y Cantonal, lo que disminuyó radicalmente la afluencia de visitantes.

Por los motivos mencionados anteriormente, la Armada del Ecuador por medio de los museos navales del Instituto de Historia Marítima, optó por digitalizar su contenido y llevarlo al ámbito audiovisual, generando así cápsulas dirigidas principalmente a la comunidad educativa, en apoyo a la modalidad “Estudiando desde casa” y permitiéndoles conocer la historia y patrimonio naval que albergan los

museos por medio de 69 videos “cortos”, establecidos en un formato nominado material cultural pedagógico del patrimonio e historia naval del Ecuador.

Surge la interrogante si dicho material es adecuado para que los estudiantes puedan conocer de la cultura náutica, lo que conllevó a desarrollar un proceso investigativo que determinó que la producción audiovisual no es lo suficientemente adecuado para el público al que va dirigido, en este caso estudiantes, por lo que hay muchos aspectos por corregir como la duración de las cápsulas, intros, música, contenido, animaciones y principalmente la difusión.

La difusión de un proyecto de esta dimensión, como el de las cápsulas creadas por diferentes repartos y museos navales de la Armada, no ha tenido suficiente divulgación, y como indicaron todos los entrevistados no conocían de dicho proyecto y no fue hasta que se realizó la investigación de análisis de estos audiovisuales, que la muestra comenzó a determinar el contenido.

Hay muchos aspectos a mejorar, principalmente la difusión del producto comunicativo que generó la Armada del Ecuador en su momento y como indica la muestra seleccionada, es un proyecto ambicioso que debe seguir en desarrollo, pero con una inversión significativa que permita obtener un producto de mejor calidad, así también igual forma en su difusión, factor fundamental para dar a conocer un proyecto de cualquier índole.

Se debe generar producciones que agrade al público al que está dirigido, con animaciones, ilustraciones o música adecuada; las cápsulas audiovisuales no son malas, de hecho, presenta en buen contenido de la historia naval del Ecuador, pero hay detalles como muchas imágenes y pocas animaciones evidenciando así el nulo presupuesto que ha intervenido en este proyecto. El material audiovisual a pesar de estar dirigido a estudiantes da a entender lo contrario, como indicaban los productores audiovisuales, ese tipo de contenido tanto por la música e imágenes es dirigido para personas que pasen los cuarenta años, por otro lado, para un público adolescente termina siendo aburrido.

Son detalles a mejorar que las personas involucradas en el desarrollo y ejecución del proyecto deben tener en cuenta, poseen un buen material histórico albergado en los museos navales y debe seguir explotándose; sin duda las plataformas digitales son la mejor forma de hacerlo, y difundirla por las propias redes sociales de la institución Armada, permitirá la obtención de más visualizaciones, favoreciendo incluso a las visitas presenciales en los museos paulatinamente, conforme a la nueva normalidad.

Referencias bibliográficas

- Amaral, L. (2021). Los museos durante la pandemia:: el importante papel de las redes sociales. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, (102), 193-195.
- Arana, E., Mimenza, L., & Narbaiza, B. (2020). Pandemic, audiovisual consumption and future trends in communication. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149-183.
- Arévalo, J. M. (2004) La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956.
- Carrillo, E. y Estrevel Rivera, L. B. (2010). Vigotsky: la escuela y la subjetividad. *Pensamiento psicológico*, 8(15), 135-146.
- Cornejo, L. (2014). Sobre la cronología de la imposición cuzqueña en Chile. *Estudios atacameños*, (47), 101-116.
- Criollo-Uyaguari, A., Feijóo Valarezo, A. y Torres-Toukoumidis, Á. (2020). La responsabilidad social corporativa de la TV local: estudio de caso. *Revista CEA*, 6(12), 1-22. <https://bit.ly/3tPjWuP>
- Fernández, C., Hernández, R. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill.
- Guerrero, E. (2010). El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento. *Communication & Society*, 23(1), 237-274.
- Hamui, L., y Vives, T. (2021). Trabajo de campo virtual en investigación cualitativa. *Investigación en educación médica*, 10(37), 71-77.
- Herrán Gómez, J., Sastre Merino, S. y Torres-Toukoumidis, Á. (2017). Radio mensaje para la gestión del sistema de riego en comunidades rurales indígenas de Ecuador. *Equidad y Desarrollo*, 1(28), 43-60.
- Marfil, R. (2011). Análisis del museo como narración audiovisual. *Educación artística: revista de investigación (EARI)*, (2), 144-148.

- Moreno, L. (2020). Decreto Ejecutivo No. 1017. Ecuador: defensa.gob.ec. <https://bit.ly/3wTMk0q>
- Palma, M. G. (2003). Educación audiovisual en educación infantil. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (20), 155-158.
- Peña, A. (2010). La didáctica del patrimonio arqueológico en el marco educativo de Cantabria. *Revista Catedra Nova*, 29, 251-280.
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, (21), 17-35. <https://bit.ly/384oLaZ>
- Quintar, A., González, L., & Barnes, C. (2014). Producción audiovisual comunitaria: una democratización del relato. *Question/Cuestión*, 1(42), 360-375.
- Ramos, S., y Botella, A. M. (2016). Los videojuegos como herramientas de aprendizaje. Una experiencia de innovación con la ópera de Mozart. *DEDiCA. Revista de educação e humanidades*, (9), 161-171.
- Santacana, J. (2016). La digitalización de la cultura y sus repercusiones en el museo y en el patrimonio. *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, (11), 82-96. <https://bit.ly/3wMy9KL>