



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIO HUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

“Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en alumnos, profesores y padres de familia de 29 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: recepción e interacción y estética”

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.

AUTORAS: Álvarez Muñoz, María Estefanía
Molina García, Carolina Isabel

DIRECTORA: Mier Sanmartín, Aura Catalina, Lic.

LOJA – ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Lic.

Aura Catalina Mier Sanmartín

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

De nuestras consideraciones:

El presente trabajo de fin de titulación: “Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en alumnos, profesores y padres de familia de 29 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: recepción e interacción y estética”, realizado por Álvarez Muñoz María Estefanía y Molina García Carolina Isabel, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 9 de marzo de 2015

F).....

Lic. Aura Catalina Mier Sanmartín

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Nosotros, **Álvarez Muñoz María Estefanía y Molina García Carolina Isabel** declaramos ser autoras del presente trabajo de fin de titulación: “Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en alumnos, profesores y padres de familia de 29 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: recepción e interacción y estética”, de la Titulación de Licenciada en Comunicación Social, siendo la Lic. Catalina Mier Sanmartín directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

María Estefanía Álvarez Muñoz
1104324239

f.

Carolina Isabel Molina García
1716632375

DEDICATORIA

A Estefanía y todos los amigos que han caminado junto a mí el sendero de la comunicación.

Al Oso que afortunadamente encontré en el bosque de mi vida, gracias por abrigarme.

Carolina

A mis hermanos por darle el toque mágico a mi vida, permitirme volver a ser niña y reír.

A Carolina por conseguir un logro más juntas, a todos los amigos que permanecen a mi lado.

A Saúl y Ma. Esther que a pesar de dejarme a medio camino jamás me dejan sola.

Estefanía

AGRADECIMIENTO

A los profesores y compañeros implicados en este proyecto de investigación, por la infinita paciencia y generosidad que nos brindaron en el desarrollo de nuestra tesis.

A nuestra tutora Mgs. Catalina Mier, por lidiar con nosotras y guiarnos a la distancia.

A nuestra familia por su apoyo incondicional.

A nuestros amigos, porque la alegría compartida nos ha ayudado a mantener el puño siempre en alto.

Carolina y Estefanía

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	IX
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
1.1 Conceptos generales/relacionados.....	6
1.1.1.Consumo Cultural.	6
1.1.2.Nativos Digitales.	6
1.1.3.Inmigrantes Digitales.	7
1.1.4.Alfabetización Mediática e Informativa (AMI).....	7
1.1.5.Alfabetización Digital.....	9
1.1.6.Competencia digital docente.....	9
1.2.Competencias Mediáticas	10
1.2.1.Antecedentes de Competencias Mediáticas.....	11
1.3.Concepto de competencia mediática: objetivos y dimensiones	13
1.3.2.Dimensiones de la competencia mediática.	14
1.3.2.1.Estética.	15
1.3.2.1.1.Ámbito del análisis y expresión.	15
1.3.2.2.Recepción e interacción.....	18
1.3.2.2.1.Ámbito del análisis y expresión.	18

1.4.Educación mediática en niños y adolescentes	20
CAPÍTULO II.....	22
2.1.Métodos y técnicas utilizados.....	24
2.1.1.Investigación bibliográfica.....	24
2.1.2.Investigación de campo	24
2.1.2.1.Cuestionarios	25
2.1.2.2.Focus group	25
2.2.Muestra	26
2.3.Resultados y discusión.....	27
2.3.1.Resultados totales de alumnos	28
2.3.1.1.Datos sociodemográficos	28
2.3.1.2.Dimensión Recepción e Interacción	32
2.3.1.3.Dimensión Estética.....	41
2.3.2.Resultados totales de profesores.....	44
2.3.2.1.Datos sociodemográficos	44
2.3.2.2.Dimensión Recepción e Interacción	48
2.3.2.3.Dimensión Estética.....	54
2.4.Resultados totales padres de familia.....	56
2.4.1.Focus group (análisis descriptivo).....	56
2.5.Verificación de hipótesis.....	58
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de Edad y Sexo de los alumnos.....	28
Tabla 2. Tipo de centro educativo	29
Tabla 3. Frecuencia del grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital	30
Tabla 4. Red social mas utilizada.....	32
Tabla 5. Participación activa en los temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías	34
Tabla 6. Responsabilidad Social	35
Tabla 7. Decisión sobre el producto mediático que consume.....	36
Tabla 8. Sensaciones que transmiten los anuncios e influencia que tienen sobre los alumnos	37
Tabla 9. Instituciones donde se puede ejercer la posibilidad de reclamo ante el contenido	40
Tabla 10. Diferenciar las características básicas en una imagen	42
Tabla 11. Sexo y Cantón de los docentes.....	44
Tabla 12. Edad y años de docencia	45
Tabla 13. Grado de formación adquirida en comunicación audiovisual según el tipo de centro educativo	48
Tabla 14. Conocimiento de la herramienta WebQuest en relación con los años de docencia de los encuestados.....	50
Tabla 15. Conocimiento de la herramienta internet como acción social con relación al grado de competencia adquirida en el docente.....	51
Tabla 16. Relación a través de los medios digitales en el ámbito educativo, información cruzada con la edad de los docentes.....	52
Tabla 17. Precauciones antes de ingresar sus datos personales según el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.	53
Tabla 18. Interés en recibir información sobre competencias mediáticas.....	53
Tabla 19. Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético	54
Tabla 20. Reconoce tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentaje de la edad de los alumnos	28
Gráfico 2. Porcentaje del sexo de los alumnos	29
Gráfico 3. Porcentaje del grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital	30
Gráfico 4. Porcentaje de cómo el estudiante adquirió el grado de formación recibida en comunicación audiovisual	31
Gráfico 5. Uso de las redes sociales	33
Gráfico 6. Uso del recurso Creative Commons	36
Gráfico 7. Influencia de los anuncios sobre otras personas	38
Gráfico 8. Influencia al momento de comprar un producto	39
Gráfico 9. Aporte de los lenguajes comunicacionales	41
Gráfico 10. Diferenciar las características estéticas en una imagen.....	43
Gráfico 11. Nombre del establecimiento y tipo de centro educativo	46
Gráfico 12. Curso en el que es profesor.....	47
Gráfico 13. Participación en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias mediáticas	49

RESUMEN

El trabajo de investigación expuesto a continuación es un estudio sobre las Competencias Mediáticas Audiovisuales, con el objetivo de analizar y diagnosticar los niveles de este tipo de competencias, se aplicaron encuestas a estudiantes, profesores y padres de familia de 23 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, cuyo nivel de estudios estaba comprendido entre décimo año de educación básica a tercer año de bachillerato, obteniendo una muestra de 1150 alumnos (de 14 a 18 años), 187 docentes y 22 padres de familia a través de grupos focales.

Partiendo de los indicadores para las dimensiones de la competencia mediática propuestos por Ferrés y Piscitelli (2012) los análisis de las encuestas se enfocan en las preguntas correspondientes a las dimensiones Estética y Recepción/Interacción, para obtener resultados que “convoquen” al desarrollo de nuevas investigaciones y reformas académicas encaminadas a la formación de una ciudadanía más crítica y reflexiva frente a los medios de comunicación contemporáneos.

Palabras clave: Medios, Competencias Mediáticas, Alfabetización Digital, Alfabetización Mediática, Estética, Recepción/Interacción.

ABSTRACT

The research set out below is a study on Audiovisual Media Literacy. With the goal of analyzing and diagnosing the levels of audiovisual media literacy within the population of Loja, surveys were administered to students, teachers and parents from 23 different public, private and *fiscomisionales* high schools in the city of Loja, whose level of education was between 10th grade elementary and third year of high school, obtaining a sample of 1,150 students (ranging from 14 to 18 years of age), 187 teachers and 22 parents who were applied to the focus groups.

Based on the indicators for the dimensions of the media competence proposed by Ferres and Piscitelli (2012), the analysis of the surveys focus on the questions corresponding to the Aesthetics and Reception/Interaction dimensions, obtaining results which “summon” the development of new research and academic reforms towards the formation of a more critical and reflexive citizenry in the face of contemporary media.

Key words: Media, Media Competence/skills, Digital Literacy, Media Literacy, Aesthetics, Reception/Interaction

INTRODUCCIÓN

La poderosa presencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea requiere de ciudadanos cada vez más competentes, activos y capaces de adaptarse al cambio, a la constante evolución del entorno comunicativo (Gozálvez, 2012).

La sociedad contemporánea ofrece un abanico de nuevas tecnologías en constante evolución que requieren de los usuarios competencias específicas para obtener el máximo provecho de las herramientas y una lectura reflexiva de los contenidos que permitan alcanzar una perspectiva diferente del entorno mediático apuntando no sólo al consumo sino también a la producción de nuevos contenidos útiles para la comunidad.

La importancia de la educación mediática se refleja en los documentos redactados por organismos e instituciones internacionales como el Consejo de Europa, el Parlamento Europeo, la ONU o la UNESCO, que sentó un precedente con la Declaración de Grünwald, que ya en 1982 recomendó la integración en los sistemas de educación de la alfabetización mediática. Sin embargo, a pesar de la presencia masiva de los medios en todos los ámbitos de nuestra vida personal y social, la educación mediática no ha tenido un papel importante en los currículos de la educación obligatoria ni en los planes de estudio de la educación secundaria y universitaria (Ferrés et al. 2011: 12), más de dos décadas pasaron hasta que la misma institución (UNESCO) volviera su atención al tema y publicara en 2006 "The media education kit".

Al respecto, Ecuador como otros países en vías de desarrollo cuenta con escasos implementos tecnológicos y un cuerpo docente que carece de los conocimientos necesarios para brindar una formación mediática audiovisual completa que junto a la orientación de los padres de familia forme a una juventud crítica, consciente y productiva.

El país necesita estudios que analicen las capacidades y competencias tecnológicas y mediáticas de los adolescentes desde un enfoque que integre al entorno familiar y educativo para lograr que los ciudadanos sean competentes y mucho más críticos, activos y democráticos frente el entorno mediático en el que desarrolla. Ante esta realidad, la presente investigación surge como una alternativa pionera en el Ecuador que parte de la premisa de la escasa competencia en comunicación audiovisual en alumnos y profesores de la ciudad de Loja, y está enmarcada dentro un macroproyecto que está desarrollando la UTPL a partir de experiencias previas sobre competencias mediáticas en niños y adolescentes que se han venido trabajando a lo largo de esta década en países como Argentina (2006), España (2011) y Colombia (2013).

El desarrollo de esta investigación se justifica en la necesidad de conocer si los tres actores del proceso formativo de los centros educativos privados y públicos de la ciudad de Loja, tienen un nivel de competencias mediáticas que permita interpretar los mensajes emitidos a través de los medios de comunicación de una manera crítica y reflexiva, analizando específicamente las dimensiones de la estética y la recepción-interacción cuyos indicadores están claramente explicados por Ferrés y Piscitelli en su artículo “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores” (2012). Se espera que los resultados de la investigación tracen el camino para propuestas y proyectos que apunten a una renovada educación

Durante el desarrollo de esta tesis se contemplaron tres etapas reflejadas en los cuatro capítulos que constituyen este proyecto, siendo la primera fase la investigación bibliográfica y la adaptación de los criterios de valoración que permitieron comenzar la investigación de campo, para realizar el procesamiento de los datos y el análisis comparativo de los resultados.

El primer capítulo es un acercamiento a los conceptos relacionados a la competencia mediática; que ofrece también una visión panorámica sobre los antecedentes y el estado actual de los conocimientos sobre competencias mediáticas, incluyendo las definiciones, objetivos e indicadores de las dimensiones correspondientes a estética y recepción/interacción.

Dentro del segundo capítulo se encuentran los recursos y la metodología que describe el proceso de investigación bibliográfica y de campo, junto al instrumento de análisis (cuestionario) y los logros previstos para el proyecto.

El último capítulo se enfoca en el análisis y discusión de los resultados enfocándose en cada una de las dimensiones correspondientes a este proyecto.

Los análisis propuestos se centrarán en explorar los consumos culturales y competencias mediáticas de los jóvenes, profesores y padres de familia, para entender de qué manera se apropian de los mensajes de los medios y qué relación construyen con la cultura y la sociedad que les rodea, así como detectar las carencias que puedan presentarse en pos de implementar para futuras generaciones una educación que supla esas necesidades; los resultados obtenidos servirán de apoyo a futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Conceptos generales/relacionados

1.1.1. Consumo Cultural.

Según Luisa Leonini (1982), en el consumo la posesión de objetos y satisfacción de necesidades es tan importante como la definición y reafirmación de significados y valores comunes; a partir de ahí, en 1999 Néstor García Canclini elaboró el cuarto de cinco modelos de consumo cuya propuesta teórica nos permite entender el consumo como escenario para la integración y la comunicación, según la cual los bienes culturales sirven como aglutinantes con los que se vinculan todas las clases, aunque su aproximación a dichos bienes provenga desde diferentes perspectivas y enfoques sociales, concluyendo que "Consumir es también, por tanto, intercambiar significados"

Dentro del ámbito de la comunicación y la información, el consumo cultural se entiende como un "Conjunto de procesos mediante los cuales las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, donde el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio" (García Canclini, 1999). Este proceso provoca que un sistema de integración y comunicación en el mercado determine los bienes entrando en juego con el escenario de objetivación de los deseos, y el proceso ritual por la propiedad intelectual, esta práctica activa de apropiación simbólica, de resignificación y construcción de identidades, se da en una sociedad permanentemente tensionada por la desigualdad (Belkins, 2007).

1.1.2. Nativos Digitales.

En 2001, Marc Prensky publicó su artículo titulado "Nativos e inmigrantes digitales", en el que acuñó el término *Nativos Digitales* para referirse a la primera generación que creció a partir de los 80s rodeados de tecnología, usando y disfrutando los juguetes y herramientas de la era digital como computadoras, videojuegos, reproductores multimedia, teléfonos móviles, etc., por lo tanto piensan y procesan la información de manera fundamentalmente diferente a los jóvenes de generaciones previas.

Los *Nativos Digitales* están acostumbrados a recibir información muy rápidamente. Les gustan los procesos paralelos y las multitareas ya que funcionan mejor trabajando en red. Prefieren los gráficos y contenidos visuales antes que el texto. Se inclinan al acceso aleatorio (como el hipertexto). Son conscientes y se satisfacen por sus progresos.

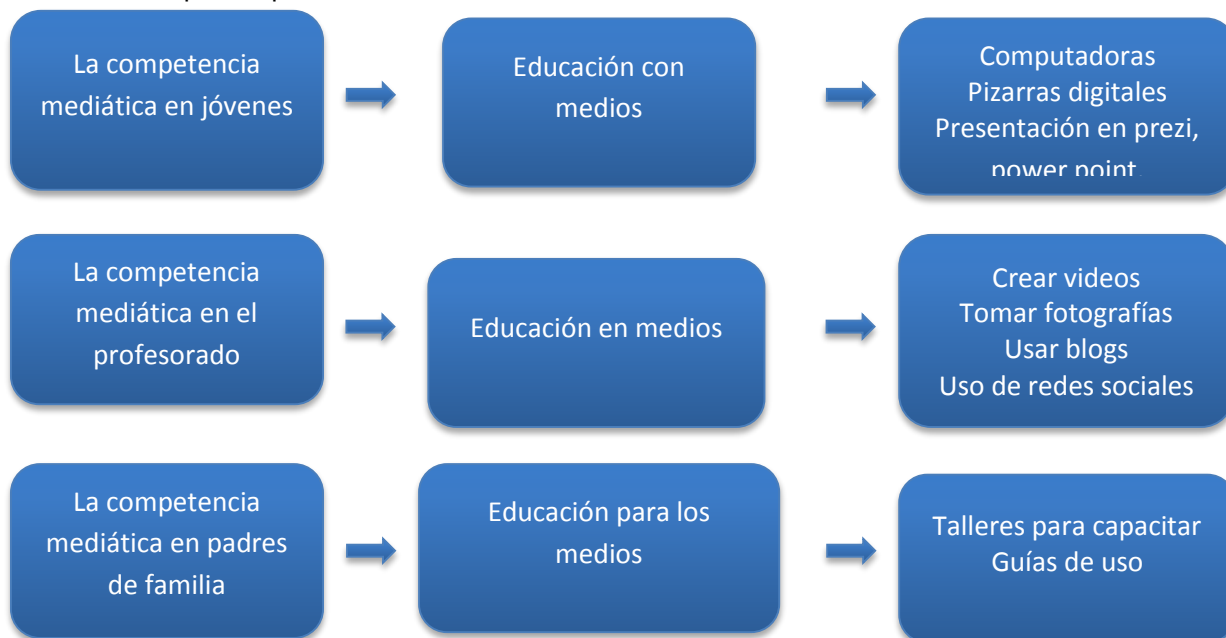
1.1.3. Inmigrantes Digitales.

La denominación de inmigrantes digitales, surgió al mismo tiempo que la de *nativos digitales*, para referirse a lo opuesto, a todas las generaciones previas que nacieron y crecieron sin artefactos o herramientas tecnológicas o digitales, sin embargo han tenido que aprender a utilizarlos para adaptarse a la Sociedad del Conocimiento. Los inmigrantes digitales prefieren moverse dentro de lo que conocen en virtud de su forma de aprender -que es también la forma en que los enseñaron a ellos-. En consecuencia, se decantan por instruir lenta y seriamente, paso a paso, dentro de un orden. Del mismo modo, rechazan que los estudiantes puedan trabajar y hacer otras actividades al mismo tiempo.

Los Inmigrantes Digitales no justifican que el proceso de enseñanza y aprendizaje pueda y deba ser ameno y divertido. Piensan que los métodos por los que ellos aprendieron no están obsoletos, sino que los que empiezan su formación rechazan el esfuerzo y la seriedad, esta diferencia de percepciones sobre la enseñanza ha creado una brecha que es indispensable cerrar por medio de reformas educativas y capacitación tecnológica y mediática constante.

1.1.4. Alfabetización Mediática e Informativa (AMI).

Cuadro 1: Propuesta para la Educación Mediática



Fuente: Gutiérrez y Tyner, 2012.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014).

En sus orígenes, la alfabetización se relacionaba a la habilidad del individuo para comunicarse a través del texto; con la introducción masiva del texto impreso saber leer

se convirtió en el pilar de la formación más elemental, a la que después se sumó la necesidad de crearlos, es decir escribir (capacidad de codificación y decodificación de textos).

La tecnología educativa, si nos referimos específicamente a las tecnologías de la información y la comunicación, data de los comienzos del siglo XX, cuando se utilizaron las primeras películas educativas. Desde entonces hasta las nuevas pizarras digitales, se han señalado las ventajas (más que los posibles inconvenientes) de cada nuevo dispositivo que pudiera tener alguna aplicación didáctica.

A partir de la segunda mitad del siglo XX con la creación de la televisión, surge la necesidad del manejo y comprensión del lenguaje audiovisual. Actualmente, debido al desarrollo de las TIC, han aparecido nuevas formas de codificar y organizar el conocimiento.

Entre las principales características de la sociedad global de comienzos del siglo XXI podríamos destacar la multiculturalidad, la digitalización de la información y la importancia de las redes sociales. Ninguno de estos aspectos se aborda suficientemente en las aulas (Gutiérrez & Tyner, 2012).

Por lo tanto alfabetización es un concepto vivo y en constante evolución que se adapta al progreso y al cambio de las herramientas de producción, creación y comunicación y a las necesidades de capacitación para que los individuos puedan desenvolverse adecuadamente en el contexto que les rodea.

Trasladando el término a la sociedad de la información, Ferrés et al. (2011: 23) definen a la alfabetización mediática a través de las capacidades que requiere y propicia “la alfabetización mediática supone la capacidad para acceder, analizar y evaluar el poder de las imágenes, los sonidos y los mensajes recibidos desde nuestra cultura contemporánea, así como la capacidad de comunicarse personal y socialmente a través de los medios audiovisuales e informáticos”. Así mismo que, propicie el uso crítico de los medios de información y comunicación, a la vez que su uso lúdico y creativo.

1.1.5. Alfabetización Digital.

El Parlamento y el Consejo Europeo (Diario Oficial UE, 18-12-2006), definen a la competencia TIC como el: “Uso seguro y crítico de las tecnologías de la sociedad de la Información (TSI) para el trabajo, el ocio y la comunicación, el uso de los ordenadores para obtener, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información y comunicarse y participar en redes de colaboración usando Internet”. Aquí habría que considerar también las habilidades necesarias para hacer un uso adecuado de esta información y su transformación en conocimiento.

Así pues, éstas incluyen básicamente: localización de la información a través de las TIC y su valoración reflexiva y crítica; comunicación de la información y los conocimientos a través de herramientas TIC y su utilización realizar trabajos diversos; en definitiva se trata de lograr que sean personas autónomas, reflexivas y responsables al tratar la información.

Lanham (1995) trata el término como sinónimo de “alfabetización en multimedia” aduciendo que “la alfabetización per se, en una era digital, significa la capacidad para entender información cualquiera que sea el formato en que se presente”.

1.1.6. Competencia digital docente.

La competencia digital es la combinación de conocimientos, habilidades y capacidades, en conjunción con valores y actitudes, para alcanzar objetivos con eficacia y eficiencia en contextos y con herramientas digitales. Esta competencia se expresa en el dominio estratégico de cinco grandes capacidades asociadas respectivamente a las diferentes dimensiones de la competencia digital. Acreditar un dominio en los cinco ámbitos que se proponen a continuación significa ser un competente digital, dominio al que deben aspirar todos los alumnos y ser promovido por el profesorado. Según la recomendación del Parlamento y el Consejo Europeo (Diario Oficial UE, 18-12-2006), la competencia digital debe *conllevar un uso seguro y crítico de las tecnologías de la sociedad de la información (TSI) y, por tanto, el dominio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).*

El docente contemporáneo se enfrenta al desafío de otorgar valor pedagógico e intencionalidad educativa a las nuevas herramientas tecnológicas (TICs) cumpliendo un rol fundamental como dinamizador y modelo de un buen uso y disfrute de los medios,

desarrollando la función lúdica y creativa en el alumnado. A su vez, debe ser promotor de la educación en valores a través del análisis de los media (García-Ruiz, Castro, 2011).

Al igual que los alumnos, los profesores necesitan una alfabetización digital que les permita compartir la acción educadora con los “media”, a la vez que utilizar de manera eficaz y eficiente estos nuevos instrumentos tecnológicos que constituyen las TIC en sus actividades profesionales (docentes, de investigación, de gestión) y personales. Necesita competencias instrumentales para usar las herramientas y los recursos de Internet, pero sobre todo necesita adquirir competencias didácticas para el uso de todos estos medios TIC en sus distintos roles docentes como mediador: orientador, asesor, tutor, prescriptor de recursos para el aprendizaje, fuente de información, organizador de aprendizajes, modelo de comportamiento a emular, entrenador de los aprendices, motivador.

“Se perfila la figura del profesional reflexivo-crítico, (que) se orientará hacia el desarrollo de capacidades de procesamiento de información, análisis y reflexión crítica, diagnóstico, decisión racional, evaluación de procesos y reformulación de proyectos” (Cárdenas, Rodríguez, y Torres, 2000:56).

Con las TIC, el profesor deja de ser, fundamentalmente, transmisor de conocimientos (porque ya no es el docente el que posee los contenidos e información) para ser diseñador y evaluador de situaciones de aprendizaje, a la vez que deberá ser un organizador del currículum dinámico, estableciendo comunidades de aprendizaje activas, participativas y colaborativas.

1.2. Competencias Mediáticas

En su documento “Competencias en comunicación audiovisual” Joan Ferrés (2005), uno de los personajes pioneros en la investigación de las competencias mediáticas audiovisuales realiza una aproximación al concepto definiéndolo como la “capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales, y para expresar con una mínima corrección en el ámbito comunicativo. Esta competencia está relacionada con el conocimiento de los medios de comunicación y con el uso básico de las tecnologías multimedia necesarias para producirla”

1.2.1. Antecedentes de Competencias Mediáticas.

Al referirnos a competencias mediáticas es inevitable relacionar la tecnología y la información, dejando de lado la educación pero sobre todo marginando a la educación en medios, que precisamente ha sido reconocida como una necesidad inaplazable por distintos organismos internacionales (Comisión Europea, ONU), pues partiendo desde los principales requisitos sobre esta necesidad de realzar el vínculo educación-medios de comunicación, la UNESCO acuñó el término *Media education*, que en español significa: *Educación en materia de comunicación*, y la expresión *Media Literacy*, en español, Alfabetización mediática.

Al respecto, uno de los primeros antecedentes sobre la educación mediática fue citado por la UNESCO con la Declaración de Grünwald aprobada en el año 1982 busca que los sistemas políticos y educacionales en trabajo conjunto con la escuela y la familia promuevan entre los ciudadanos una comprensión crítica de los contenidos transmitidos por los medios de comunicación, pues una persona alfabetizada en información debe tener ciertas capacidades que giran en torno a la información como: identificar la necesidad de adquirir conocimientos, utilizando diferentes herramientas, medios y servicios, así como técnicas y estrategias nuevas para buscar información. Posteriormente analizar, interpretar y evaluar críticamente los contenidos localizados para que puedan ser sintetizados y comunicados con eficiencia.

En la década de los 90s, el Informe Delors elaborado en 1996 establece los principios precursores de las competencias básicas al definir los pilares fundamentales de una educación permanente para el siglo XXI: **aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser**. Estos preceptos constituyen a breves rasgos las bases de una educación con vista hacia el futuro, que forme ciudadanos conscientes, respetuosos e innovadores.

Entre 2006 y 2007 la UNESCO retomó su interés hacia la educación en medios a través de la elaboración y desarrollo de instrumentos y estudios relacionados como el “Kit de Educación en Medios” (2006) para profesores, estudiantes y padres. Y en 2007 se crea la Agenda París de la UNESCO que entre sus *12 recomendaciones para la educación en medios*, sugiere el desarrollo de programas de educación mediática en todos los niveles, así como la formación del profesorado, la investigación y difusión.

En España, desde los años 80 hasta la Ley General de la Comunicación Audiovisual (BOE 7/2010 de 31 de marzo) se han desarrollado algunas investigaciones significativas.

Se destaca la publicación del *Libro Blanco. La educación en el entorno audiovisual*, y en el 2003 el Consejo Audiovisual de Cataluña abrió una línea de investigación que se ha ido consolidando en todo el territorio español.

Otra relevante contribución, surge de la iniciativa de la Universidad Pompeu-Fabra en colaboración con el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), en el 2005 para definir y consensuar el concepto de competencia en comunicación audiovisual. A partir de la experiencia de un equipo de investigadores se llega al consenso de un documento sobre *Competencias en comunicación audiovisual* (Ferrés, 2006).

La importancia de este documento radica en que se articula una propuesta de dimensiones e indicadores para la evaluación de la competencia audiovisual y puede considerarse como el punto de partida de una amplia investigación para determinar el nivel de competencia mediática en la población española.

Para el estudio de la Rioja, Ferrés et al. (2011:32) establece en su hipótesis que el simple hecho de consumir contenidos mediáticos y digitales en cualquier espacio de la sociedad, no garantiza la comprensión y discernimiento crítico de dichos contenidos, puesto que para ello hace falta un diagnóstico del grado de competencia mediática en cada sector social que permita formular planes de acción para una interacción inteligente con los medios.

En Ecuador, las investigaciones sobre Competencias Mediáticas se están llevando a cabo con la Universidad Espíritu Santo (Guayaquil), la Universidad del Azuay y la Universidad Técnica Particular de Loja que lidera e impulsa el proyecto a nivel nacional a través de un equipo de docentes y estudiantes del área de Comunicación, tomando como referencia las investigaciones homólogas en competencias mediáticas que se han desarrollado en España junto a la Universidad Pompeu Fabra de Cataluña, la Universidad de Huelva en la Rioja, entre otras. En un contexto más próximo, varias instituciones y universidades latinoamericanas han investigado o se encuentran desarrollando proyectos con objetivos similares, tal es el caso de la Universidad de Cali en Colombia o la investigación sobre Consumo Cultural llevada a cabo por el Ministerio de Educación de Argentina (2006).

1.3. Concepto de competencia mediática: objetivos y dimensiones

“La competencia mediática comporta el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes relacionados con seis dimensiones básicas, de las que se ofrecen los indicadores principales. Estos indicadores tienen que ver, según los casos, con el ámbito de participación como personas que reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y como personas que producen mensajes (ámbito de la expresión)... La competencia mediática ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural” (Ferrés y Piscitelli, 2012: 76-79).

Mientras que la Comisión Europea de *Media Literacy* define a la competencia mediática como la capacidad de acceder a los medios de comunicación comprendiendo y analizando críticamente los contenidos multimedia creando una comunicación en contextos variados (García Ruiz, Pavón & Guerra, 2011).

1.3.1. Objetivos de la competencia mediática.

La competencia mediática se propone conseguir en la ciudadanía una educación tecnológica mediática que promueva la lectura y la recepción crítica de los mensajes, tanto de los medios masivos tradicionales (prensa, radio, cine y televisión) como de los nuevos medios tecnológicos (Internet, videojuegos, teléfonos móviles, etc.), así como su consumo saludable, determinado por la convergencia de medios electrónicos y digitales multimedia. Acá una corta visión de los dos objetivos siguientes:

Desarrollar las capacidades y conocimientos que la ciudadanía necesita para poder desenvolverse en la sociedad de la información, logrando una reflexión crítica y responsable sobre la veracidad y validez de los mensajes y discursos mediáticos, tomando consciencia de la presencia y sus hábitos para el consumo de información (Ferrés et al., 2011).

Lo que se requiere es que los ciudadanos adquieran competencias que les permitan ser hábiles con las herramientas digitales y en el manejo de la información, al tiempo que generen nuevos contenidos creativos y colaborativos y se desempeñen en diversos contextos multidisciplinarios siendo capaces de desechar lo innecesario y aprovechar lo nuevo.

1.3.2. Dimensiones de la competencia mediática.

En su acepción más simple en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, **dimensión** es el aspecto o faceta de algo; al extrapolar ese significado al tema de esta investigación, utilizamos el término dimensión para referirnos a cada uno de los aspectos/áreas temáticas que la competencia mediática pretende abarcar de una manera integral.

En 2011, Ferrés y Piscitelli, pioneros en la investigación de la competencia mediática, en su artículo *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*, propusieron seis dimensiones diferenciadas: lenguaje, tecnología, ideología y valores, recepción e interacción, estética, producción y difusión. Para evitar aproximaciones reduccionistas que atiendan una dimensión y dejen de lado las otras, se plantearon unos indicadores genéricos y flexibles, confiando en que serán adaptados a cada situación educativa concreta, en función de la edad y del nivel cultural de las personas con las que se ha de trabajar.

A continuación una breve descripción de cada una de las dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli:

- **Dimensión Lenguaje**

En esta dimensión se abarca el conocimiento de los códigos que hacen posible el lenguaje audiovisual así como la capacidad de utilizarlos para comunicarse de manera sencilla pero efectiva. Del mismo modo, hace referencia a la capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva de la significación, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros (Ferrés, 2006. p 48).

- **Dimensión de la ideología y valores**

Se evalúa la capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales que, como representaciones de la realidad, son portadores de ideología y valores; así como el análisis crítico de dichos mensajes, entendidos como expresión y soporte de los intereses, las contradicciones y los valores de la sociedad (Ferrés, 2006 p. 60).

- **Dimensión de la Tecnología**

Hace referencia a los conocimientos que tienen las personas sobre el manejo de las herramientas tecnológicas sencillas involucradas en la comunicación audiovisual.

- **Dimensión de la Producción y Difusión**

Se pretende evaluar el grado de conocimiento sobre las rutinas productivas y la organización y funcionamiento de los entes emisores de mensajes audiovisuales (Aguaded, 2011:84). De acuerdo con Ferrés (2007:103) requiere el conocimiento de las funciones y tareas asignadas a los principales agentes de producción y las fases en las que se descomponen los procesos de producción y programación de los distintos tipos de productos audiovisuales.

Desde el ámbito de expresión se requiere la capacidad de elaborar mensajes audiovisuales y conocimiento de su transcendencia e implicaciones en los nuevos entornos de comunicación

Para este proyecto se dividieron las dimensiones en varios grupos de trabajo, esta investigación se centra en analizar los resultados correspondientes a las dimensiones de Estética y Recepción/Interacción, sobre las que se profundiza a continuación:

1.3.2.1. Estética.

“En esta dimensión se evalúa la capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales por los encuestados, desde el punto de vista de la innovación formal, la temática y la educación del sentido estético, así como la relación que puedan establecer con otras formas de manifestación mediática y artística” (Ferrés et al- 2011: 40).

1.3.2.1.1. Ámbito del análisis y expresión.

Ámbito del análisis

- Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica.
- Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.
- Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas.
- Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.

Ámbito de la expresión

- Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad.
- Capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.

En la siguiente tabla se enumeran las preguntas correspondientes a la dimensión estética extraídas de los cuestionarios de alumnos y padres de familia:

Preguntas de la dimensión Recepción e Interacción

DIMENSIÓN	MUESTRA	PREGUNTA
Recepción e interacción		¿Qué redes sociales utilizas más?.
		Utilizas las redes sociales para:
		¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías o tecnologías o por medio de éstas?
		¿Cómo participas en dichos temas?
		¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, videos, información u otras publicaciones difundidas en la Web o emitida en algún medio de comunicación?
		¿Decides por ti mismo sobre qué ves?
		¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?
		Visualiza el siguiente anuncio y di qué te transmite.
	Estudiantes	¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?

		¿Puede influir en otras personas?
		¿Por qué les influye?
		Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones
		¿Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente? Si la respuesta es No, no responder la pregunta 31.1
		¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?
	Docentes	¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?
		¿Una webquest es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?
		¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?
		¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?
		Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna Web toma precauciones basándome en...
	¿Le gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?	

Fuente: Cuestionario de Competencias Mediáticas

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014).

1.3.2.2. Recepción e interacción.

“En esta dimensión se evalúan los conocimientos de las personas encuestadas sobre el proceso de recepción de mensajes audiovisuales, el reconocimiento como audiencia activa capaz de ejercer sus derechos y deberes y sobre los procedimientos que utilizan los profesionales de la comunicación a la hora de medir las audiencias” (Ferrés et al. 2011: 70).

En el proyecto “La Rioja” (2011), las preguntas 8a y 8b que son las equivalentes a 29.1 y 29.2 del cuestionario de investigación aplicado en esta tesis, no tienen una valoración, sin embargo se incluyen para comprobar la “ilusión de invulnerabilidad”, según la cual las personas tienden a considerar que los medios de masas penetran, influyen y seducen a la mayoría de personas pero no a nosotros mismos, es decir que uno tiende a sentirse inmune a esta influencia; de esta premisa se deduce que la mayoría de las personas consideramos que nosotros no somos la mayoría de las personas (Ferrés et al. 2001). Para ver la valoración de las preguntas 29.1 y 29.2 en el anexo se puede consultar la tabla de criterios de valoración para estudiantes).

En la presente investigación se aplicó un puntaje en los criterios de valoración que permite establecer que los alumnos que responden afirmativamente a ambas preguntas son capaces de darse cuenta de la influencia de los medios y por lo tanto reconocer las propias carencias y necesidades respecto a una mejor formación audiovisual que les permita encarar los medios con consciencia.

1.3.2.2.1. Ámbito del análisis y expresión.

Ámbito del análisis (Ferrés y Piscitelli, 2012: 79- 80)

- Capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.
- Capacidad de dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individual o colectivamente: qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc.

- Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.
- Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.
- Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción.
- Conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.
- Capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un período de medios transfronterizos.
- Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.

Ámbito de la expresión

- Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.
- Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.
- Capacidad de interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.
- Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.

La tabla a continuación enumera las preguntas de los cuestionarios de alumnos y profesores correspondientes a la dimensión Recepción e Interacción:

Preguntas de la dimensión estética

DIMENSIÓN	MUESTRA	PREGUNTA
Estética	Estudiantes	¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película? Puedes señalar todas las opciones que creas adecuadas.
		Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.
		¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?
		¿Por qué has escogido esta página? Puedes marcar más de una opción.
	Docentes	¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?
		¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)?

Fuente: Cuestionario de Competencias Mediáticas

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014).

1.4. Educación mediática en niños y adolescentes

Según el Real Decreto 1630/2006 de 29 de diciembre, se establecen las enseñanzas mínimas del segundo ciclo de Educación Infantil con los siguientes contenidos mínimos:

- Iniciación en el uso de instrumentos tecnológicos como ordenador, cámara o reproductores de sonido e imagen, como elementos de comunicación.

- Acercamiento a producciones audiovisuales como películas, dibujos animados o videojuegos. Valoración crítica de sus contenidos y de su estética.
- Distinción progresiva entre la realidad y la representación audiovisual.
- Toma progresiva de conciencia de la necesidad de un uso moderado de los medios audiovisuales y de las tecnologías de la información y la comunicación. (España).
- Educación con medios, (recurso didáctico), la educación en medios (uso, disfrute y aprovechamiento de los medios) y la educación ante los medios (uso reflexivo de los medios y análisis crítico de mensajes) (Bernabeu, 2010).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del macroproyecto de Competencias Mediáticas Audiovisuales del Departamento de Ciencias de la Comunicación, se ha detectado principalmente la necesidad de investigar la transformación de nuevas tecnologías, la propagación de información y el correcto uso de estas para con la sociedad, empezando desde los estudiantes, profesores y padres de familia de la misma, que son los principales actores del entorno educacional. Así también es importante recordar los principales antecedentes en países como España, Argentina, Colombia, que han demostrado que las competencias mediáticas audiovisuales juegan un papel protagónico en la enseñanza de educación general, pues es importante conocer si en el Ecuador ocurre lo mismo. El tema de competencias mediáticas es un terreno inexplorado en Ecuador y a la vez tiene mucho que aportar a la 'historia educacional' para así conocer la actual realidad de los ecuatorianos y su relación tecnológica.

Las hipótesis planteadas durante la elaboración del anteproyecto de tesis, constituyen el eje que permite contrastar los resultados y verificar la precisión de los resultados, a continuación se enumeran:

Hipótesis 1

Los alumnos no manejan adecuadamente las competencias mediáticas audiovisuales en cuanto al uso de las herramientas tecnológicas contemporáneas y la lectura crítico-reflexiva de los contenidos audiovisuales que consumen.

Hipótesis 2

Los docentes no poseen los conocimientos necesarios en cuanto a las herramientas tecnológicas que podrían utilizar en sus métodos de enseñanza para formar individuos críticos y competentes en el entorno mediático en el que nos desenvolvemos en la actualidad.

Hipótesis 3

Los padres de familia se encuentran capacitados para brindar la orientación e información que necesitan sus hijos para desarrollar un juicio crítico y reflexivo que les permita discernir sobre los contenidos emitidos en los medios.

Para iniciar con la ejecución de proyecto, se realizó una investigación bibliográfica sobre la literatura relacionada a competencias mediáticas y de los proyectos similares de otros países, con la finalidad de poder ajustarlo al contexto ecuatoriano. De esta forma se readaptaron los cuestionarios de alumnos y profesores, reorganizando el orden de las preguntas y realizando cambios en el lenguaje que permitieran que sea más comprensible para los ecuatorianos.

También se añadieron algunas preguntas y se revisaron los criterios de valoración de forma que se pudieran establecer tres niveles alto, medio, bajo con una puntuación de 2, 1 y 0; a diferencia de los proyectos previos que habían manejado solamente dos niveles: alto 1 y bajo 0.

Se consideró importante incluir una puntuación media porque en la mayoría de los casos los individuos analizados poseen cierto nivel de conocimientos que si bien no clasifica como la competencia completa, tampoco se puede desechar como si no existiera conocimiento alguno.

2.1. Métodos y técnicas utilizados

2.1.1. Investigación bibliográfica

Para la sustentación teórica y el conocimiento de la historia y los conceptos relacionados, se leyeron y consultaron una serie de artículos, estudios científicos, y revistas especializadas en competencias mediáticas audiovisuales. Prestando especial atención a la propuesta de dimensiones e indicadores de las competencias mediáticas propuesta por Ferrés y Piscitelli en 2012, así como al estudio previo aplicado a los ciudadanos de la Rioja (2011).

El trabajo investigativo de Ferrés fue la base que permitió iniciar con esta investigación, ya que nos permitió adaptar las preguntas y reformular los criterios de valoración de los cuestionarios del proyecto.

2.1.2. Investigación de campo

La investigación se aplicó a 23 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja por medio de la aplicación de cuestionarios para alumnos y profesores y focus groups para los padres de familia.

Durante la primera etapa de la investigación de campo se realizó un análisis cuantitativo de los datos que permitiera comprobar el grado de competencia mediática que tienen los estudiantes y profesores lojanos de décimo a tercer año de bachillerato en función de su género, edad y nivel de estudios.

2.1.2.1. Cuestionarios

El banco de preguntas se elaboró mediante la adaptación de los cuestionarios aplicados en España.

Como herramienta, el cuestionario es muy común en todas las áreas de estudio porque resulta ser una forma no costosa de investigación, que permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis de la información. Por ello, este género textual es uno de los más utilizados por los investigadores a la hora de recolectar información (Hernández Sampieri, 2004).

Cada pregunta ha sido valorizada de acuerdo a los criterios de valoración obteniendo la siguiente escala de puntuación:

- 0 puntos: equivale a una baja competencia
- 1 punto: equivale a una media competencia
- 2 puntos: equivale a una alta competencia

Para encontrar el banco de preguntas completo dirigirse a la parte de **Anexos**.

2.1.2.2. Focus group

El grupo focal (*focus group* en inglés) es una técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un público utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. También conocida como grupo de discusión o sesiones de grupo consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio y, de este modo, da a la técnica su nombre en inglés ("grupo con foco"). Con el grupo de discusión se indaga en las actitudes y reacciones de un grupo social específico frente a un asunto social o político, o bien un tema de interés comercial como un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o embalaje. Las preguntas son respondidas por la interacción del

grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

2.2. Muestra

El proyecto contempla la aplicación de dos tipos de encuestas virtuales a grupos de 60 estudiantes por plantel educativo, organizados de acuerdo a la siguiente disposición:

15 alumnos por cada nivel desde décimo año de básica hasta tercer año de bachillerato, de los 15 alumnos, a 12 se aplica la encuesta sobre Competencias Mediáticas y a 3 se aplica la encuesta sobre Consumo Cultural. Por cada colegio se requieren de 8 a 10 profesores para aplicar el cuestionario de competencias mediáticas para profesorado.

La muestra inicial para la investigación de campo incluía a 29 planteles educativos de educación regular matutina, de los cuales 15 eran colegios particulares y 14 eran fiscales y fiscomisionales. Cada grupo de trabajo fue asignado a determinado número de planteles, sin embargo debido a problemas de logística y permisos, no se pudo acceder a 5 colegios (Miguel Ángel Suárez, Cordillera, Santa Mariana de Jesús, Manuel Ignacio Montero, 27 de Febrero, Isidro Ayora Presidente y Manuel Cabrera Lozano) que tuvieron que ser descartados, reduciendo el 17% de la muestra total inicial.

Los planteles educativos a los que se aplicaron las encuestas son:

- Unidad Educativa Ateneo
- Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva de Ayora
- Unidad Educativa Fiscomisional “Vicente Anda Aguirre” La Dolorosa
- Unidad Educativa Particular “La Inmaculada”
- Unidad Educativa José Antonio Eguiguren “La Salle”
- Unidad Educativa San Francisco de Asis
- Unidad Educativa La Porciúncula
- Colegio Experimental Pio Jaramillo Alvarado
- Colegio Experimental Bernardo Valdivieso
- Colegio Particular Juan Montalvo
- Tagesschule y Colegio San Gerardo
- Unidad Educativa anexa a la Universidad Nacional de Loja
- Colegio Nacional Adolfo Valarezo

- Hernán Gallardo Moscoso
- Colegio Particular José María Vivar Castro
- Unidad Educativa Fernando Suárez Palacio
- Colegio Iberoamericano San Agustín
- Colegio Particular Eugenio Espejo
- Unidad Educativa Calasanz
- Unidad Educativa Teniente Coronel Lauro Guerrero
- Instituto Tecnológico Superior Daniel Álvarez Burneo
- Liceo de Loja
- Colegio Dr. Antonio Peña Celi.

Número total de encuestados en Loja:

- Alumnos: 1150
- Profesores: 187
- Padres de familia: 22

2.3. Resultados y discusión

Según el estudio realizado a través de la aplicación de encuestas hemos obtenido los siguientes resultados clasificados en: Datos Sociodemográficos, resultados de la dimensión recepción e interacción y finalmente los resultados de la dimensión estética.

2.3.1. Resultados totales de alumnos

2.3.1.1. Datos sociodemográficos

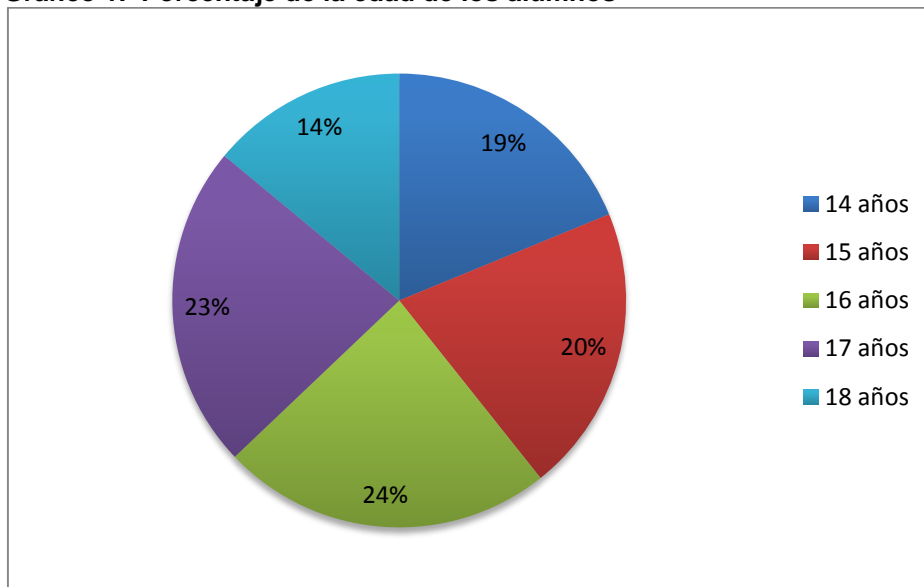
Tabla 1. Frecuencia de Edad y Sexo de los alumnos

Edad	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
14	100	116	216
15	105	131	236
16	132	139	271
17	132	134	266
18	80	81	161
Total	549	601	1150

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014).

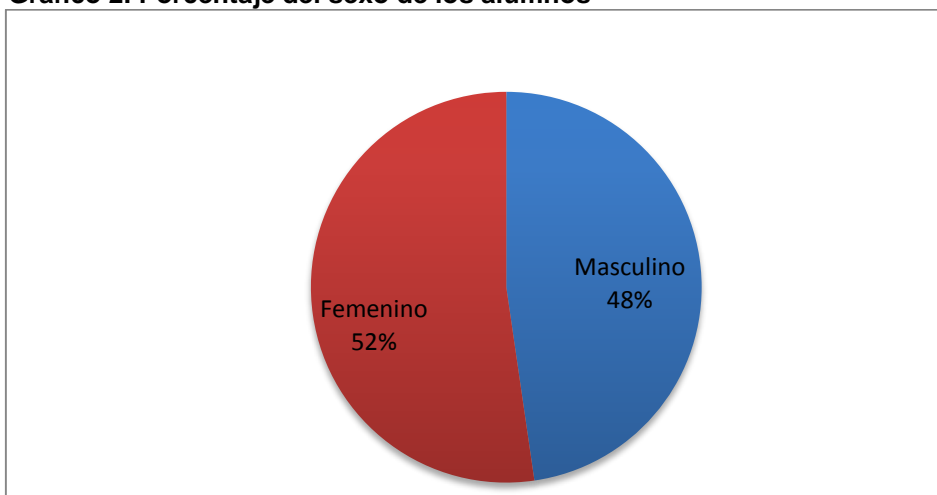
Gráfico 1. Porcentaje de la edad de los alumnos



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Gráfico 2. Porcentaje del sexo de los alumnos



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Tabla 2. Tipo de centro educativo

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Público	388	33,7%	33,7	33,7
Privado	544	47,3%	47,3	81,0
Fiscomisional	218	19%	19,0	100,0
Total	1150	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Se puede observar que los encuestados comprenden las edades requeridas para la investigación, se contó con 216 estudiantes de 14 años, 236 estudiantes de 15 años, 271 de 16 años, 266 de 17 años y 161 de 18 años, sumando un total de 1150 alumnos. De los cuales se ha obtenido un resultado de 52% en sexo femenino y 48% en sexo masculino.

Mientras que la muestra general de 1150 alumnos en el tipo de centro educativo se divide en 47% privado con 544 estudiantes, 34% público con 388 estudiantes y finalmente un 19% fiscomisional con 218 estudiantes.

Tabla 3. Frecuencia del grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital

VARIABLE		¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?			Total
		Ninguna	Alguna	Bastante	
¿Cómo la has adquirido?	Autodidacta (He aprendido por mi mismo)	35	257	78	370
	Ayuda de compañeros y amigos	14	165	18	197
	Conferencias	8	105	32	145
	Talleres	10	95	40	145
	Cursos Específicos	1	25	9	35
	No la he adquirido	93	15	2	110
	Asignatura en el curso actual (cine, tv, fotografía, com. digital)	5	101	42	148
Total		166	763	221	1150

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

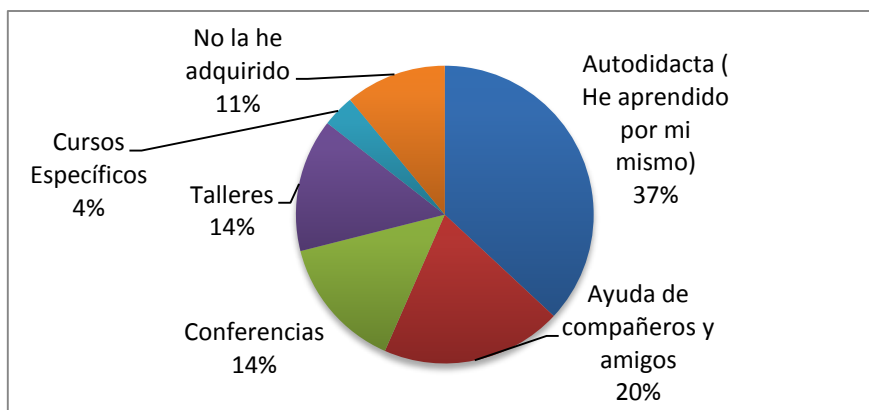
Gráfico 3. Porcentaje del grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Gráfico 4. Porcentaje de cómo el estudiante adquirió el grado de formación recibida en comunicación audiovisual



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

El resultado que se obtuvo fue el 66% con *alguna* formación en comunicación audiovisual con 763 respuestas, el 19% *bastante* con 221 estudiantes mientras que, el 14% representa a *ninguna* formación en comunicación audiovisual con 166 alumnos. Del total de estas muestras el 37% ha adquirido la formación en comunicación audiovisual de manera autodidacta, un 20% con la ayuda de sus compañeros o amigos, un 14% para talleres al igual que 14% de conferencias, 4% en cursos específicos y finalmente el 11% no la ha adquirido.

A través de esta pregunta se ha destacado el mecanismo o técnica que los colegiales usaron para adquirir sus niveles de conocimiento y partiendo de la interpretación realizada es notable que la mayoría de los estudiantes ha adquirido su conocimiento de manera autodidacta sin la necesidad de una tercera persona que imparta conocimientos o los supervise, demostrando un nivel medio de conocimiento, no lo dominan pero tampoco lo desconocen, según el gráfico 3.

2.3.1.2. Dimensión Recepción e Interacción

Pregunta Nº 12: ¿Qué red social utilizas más?

Tabla 4. Red social mas utilizada

VARIABLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El alumno no conoce ni utiliza ninguna herramienta.	182	15,8%	15,8	15,8
	El Alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje	308	26,8%	26,8	42,6
	El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades	660	57,4%	57,4	100,0
	Total	1150	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014).

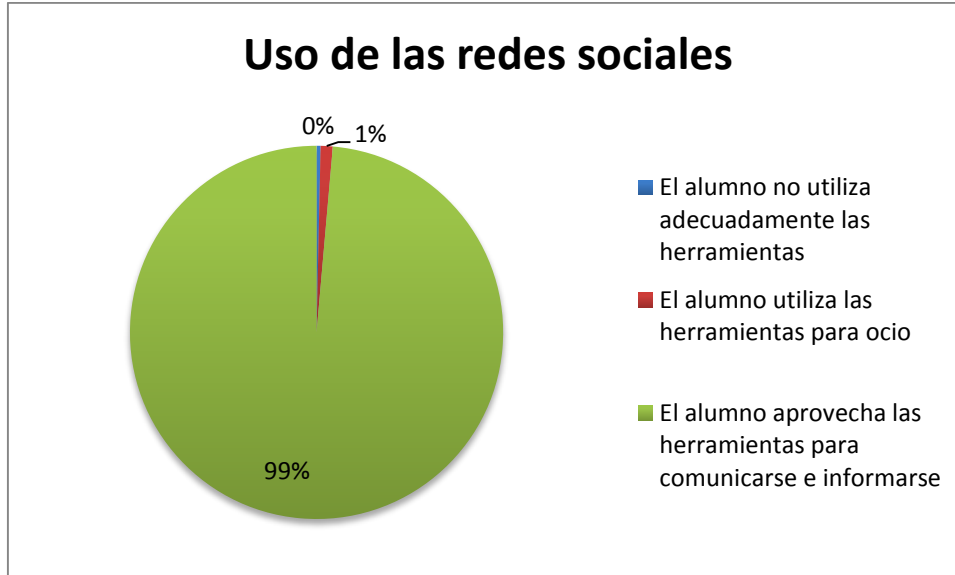
Interpretación:

Los alumnos en un 57% conocen diferentes herramientas y con diferentes especificidades, mientras que un 27% maneja solo una herramienta o solo una para cada lenguaje y un 16% no conoce ni utiliza ninguna herramienta, de acuerdo a nuestra base estadística las red social que más utilizan los estudiantes es Facebook, seguidas de otras como Twitter, Instagram y WhatsApp, redes que en nuestro medio resultan las mas conocidas.

“De los 8.4 millones de usuarios de Internet en Ecuador, Facebook continúa siendo el líder absoluto habiendo captado 7.4 millones de usuarios en el país hasta el 22 de mayo de 2014, de los cuales el 74% ingresan a la red desde dispositivos móviles”. (Insights, noviembre, 2014. Guayaquil, Ecuador. <http://www.insightsmagazine.com.ec/2014/05/26/cuales-son-las-redes-mas-usadas-en-el-pais/>)

Pregunta 12.1: Utilizas las redes sociales para:

Gráfico 5. Uso de las redes sociales



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En este caso resulta que cerca del 99% de los alumnos aprovecha las herramientas para comunicarse e informarse, mientras que el 1% restante utiliza las herramientas para ocio. Por lo tanto nuestra muestra está capacitada para interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales, y según nuestros criterios de valoración (anexo), también se involucra la capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.

Pregunta 13: ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONGs, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías?

Tabla 5. Participación activa en los temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías

		¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONGs, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías?		Total
		El alumno no participa en la sociedad a través de los medios	El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios.	
Tipo de Centro Educativo	Público	302 26,3%	86 7,5%	388 33,7%
	Privado	408 35,5%	136 11,8%	544 47,3%
	Fiscomisional	161 14,0%	57 5,0%	218 19,0%
Total		871 75,7%	279 24,3%	1150 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

De todos los alumnos cerca del 76% no participa activamente en la sociedad a través de los medios, mientras que el 24% participa activamente en los temas sociales y políticos ya sea en colaboración con ONGs, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes, etc. De este último porcentaje el 12% que lo hace pertenece al sector educativo privado, un 7% al público y un 5% al fiscomisional.

Esto refleja un porcentaje bajo en cuanto a la interacción con las pantallas, y los medios o plataformas que permiten y dan oportunidad a construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno digital mediático.

En el apartado del “Buen Vivir”, artículo 347, numeral 8, indica que es responsabilidad del

Estado: *“incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales”* (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Pregunta 18: ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación? (Responsabilidad Social)

Tabla 6. Responsabilidad Social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El alumno no tiene responsabilidad social	705	61,3%	61,3	61,3
	El alumno tiene responsabilidad social pero no sabe cómo ejercerla.	208	18,1%	18,1	79,4
	El alumno tiene responsabilidad social y sabe cómo ejercerla	237	20,6%	20,6	100,0
	Total	1150	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Esta pregunta evalúa el conocimiento de las posibilidades legales de reclamo ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones y se relaciona con la responsabilidad social que adquieren al momento de usar herramientas web o material audiovisual, por lo tanto se obtiene el siguiente resultado: 61% no posee responsabilidad social, que resultan ser 705 estudiantes (mas de la mitad de la muestra total), el 18% tiene responsabilidad social pero no sabe como ejercerla y el 21% con 237 estudiantes tiene responsabilidad social y sabe como ejercerla.

Pregunta 20: ¿Decides por ti mismo sobre qué ves?

Tabla 7. Decisión sobre el producto mediático que consume

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El alumno no tiene capacidad de decisión sobre lo que ve.	51	4,4%	4,4	4,4
	El alumno decide algunas veces sobre qué ve.	472	41,0%	41,0	45,5
	El alumno tiene capacidad de decisión sobre qué ve.	627	54,5%	54,5	100,0
	Total	1150	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

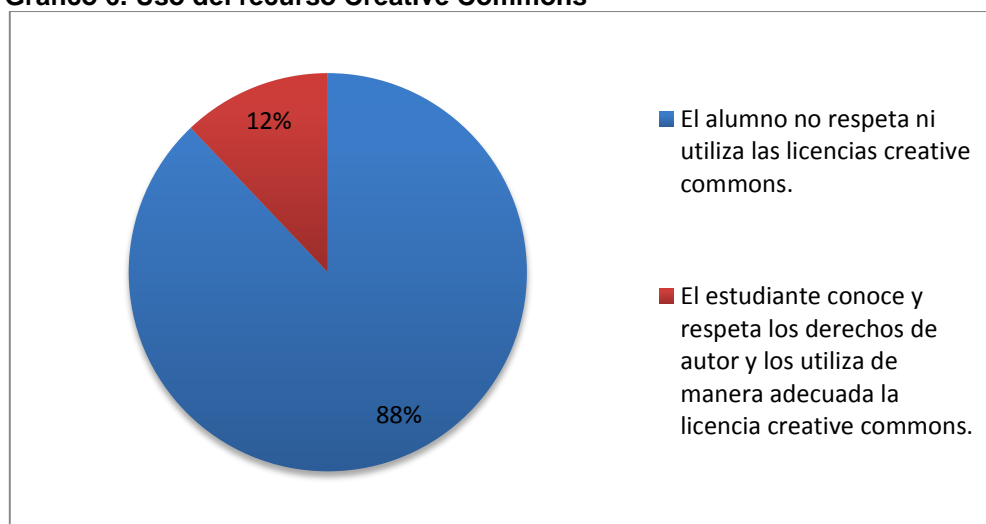
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En esta pregunta analizaremos la capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación que tienen los estudiantes, dando como resultado que el 54% posee dicha capacidad, mientras que el 41% lo hace a veces y finalmente el 4% no tiene decisión propia sobre lo que es capaz de consumir en función de criterios conscientes y razonables.

Pregunta 26: ¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons

Gráfico 6. Uso del recurso Creative Commons



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Los estudiantes en su mayoría (88%) no conoce ni respeta los derechos de autor como tampoco utiliza de manera adecuada la licencia Creative Commons quedando un 12% que si lo hace, pues tiene el conocimiento de las responsabilidades legales ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual.

Creative Commons es una organización no gubernamental sin fines de lucro (vigente en Ecuador desde abril de 2008) que desarrolla licencias que posibilitan un modelo legal apoyado en herramientas informáticas para facilitar la distribución y el uso de contenidos para el dominio público. Su intención es evitar los problemas relacionados a las leyes de copyright creadas para compartir la información. (Recuperado en:

<http://bitscloud.com/2008/04/creative-commons-ecuador/> 26 de noviembre de 2014).

Pregunta 29: Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite

Pregunta 29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?

Tabla 8. Sensaciones que transmiten los anuncios e influencia que tienen sobre los alumnos

		Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite.		Total
		El alumno no es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad.	El alumno es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad al recibirla.	
¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?	No	166 14,4%	59 5,1%	225 19,6%
	Tal vez	329 28,6%	282 24,5%	611 53,1%
	Si	157 13,7%	157 13,7%	314 27,3%
Total		652 56,7%	498 43,3%	1150 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

El anuncio que se usó para la pregunta fue del producto PlayStation 2, las respuestas se dividían en: PlayStation tiene características que la hace superior a otras consolas.

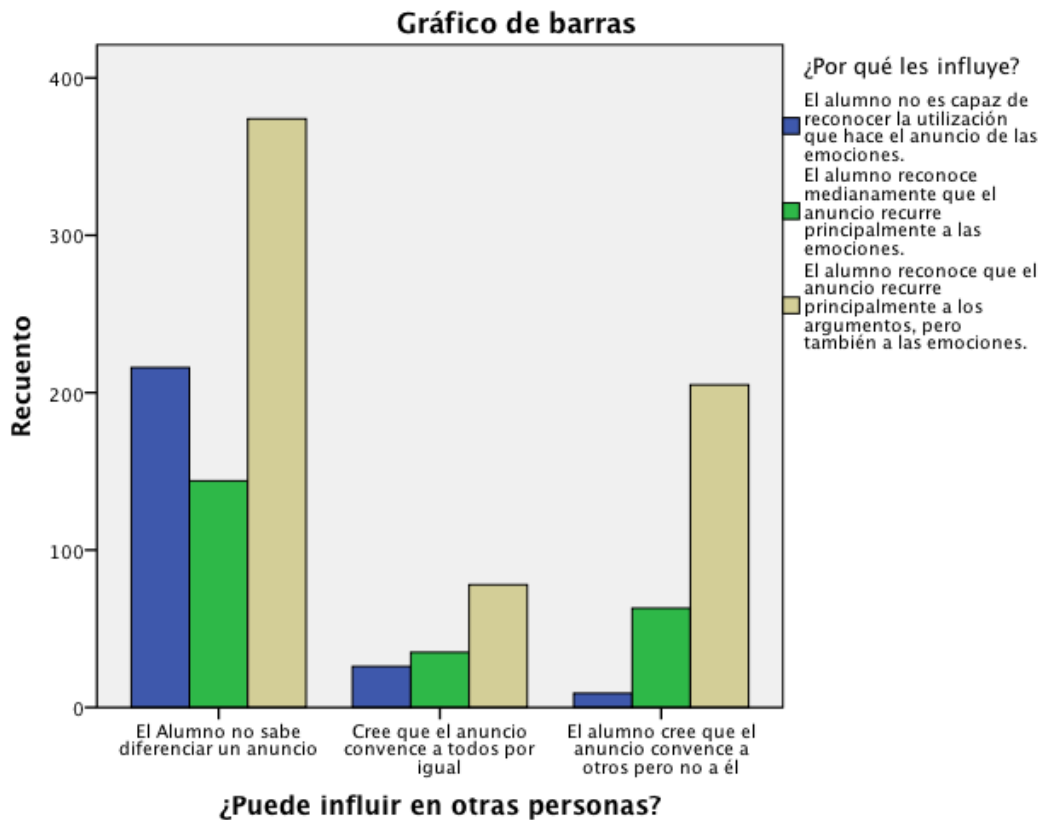
PlayStation transmite sensación de poder. Con el PlayStation puedo hacer cualquier cosa. No transmite nada. De acuerdo a nuestros criterios de valoración esta pregunta analiza la capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.

Dicha capacidad la alcanzó el 43% quedando un 57% con respuesta negativa, del 43% un 14% esta consciente que esa publicidad puede influir para comprar el producto, el 25% lo duda y un 5% afirma que no influye sobre ellos dicho anuncio, por otro lado esta el 57% que no es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad, pero un 14 siente que si puede ser influenciado por el anuncio, el 29% piensa que tal vez y otro 14% dice que no.

Pregunta 29.2 ¿Puede influir en otras personas?

Pregunta 29.3 ¿Por qué les influye?

Gráfico 7. Influencia de los anuncios sobre otras personas



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

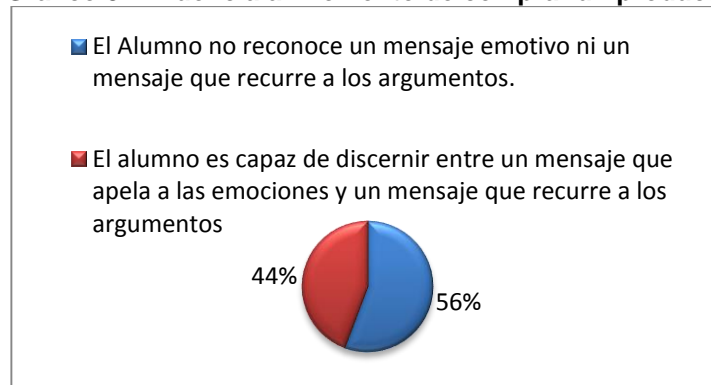
Mediante estas preguntas se ha podido detectar la capacidad que tienen los estudiantes de discernir y gestionar las disociaciones que se producen entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad y a la vez demostrar el principio de la ilusión de la invulnerabilidad a través del anuncio planteado, dando como resultado que un 63% no sabe diferenciar un anuncio, por que su 19% no es capaz de reconocer la utilización que hace el anuncio de las emociones, el 12% de los estudiantes reconoce medianamente que el anuncio recurre principalmente a las emociones y el 33% reconoce que el anuncio recurre principalmente a los argumentos pero también a las emociones.

Del grupo que cree que el anuncio convence a todos por igual (12%), destacamos que su 7% reconoce que el anuncio se basa directamente en argumentos y emociones.

Finalmente esta el grupo que cree que el anuncio convence a otros pero a él no que es de un 24%, su porcentaje mayoritario (18%) afirma que el anuncio recurre principalmente a los argumentos pero también a las emociones, su 5% reconoce medianamente y solamente su 1% no lo reconoce.

Pregunta 30: Si compro un producto porque me ha convencido el argumento del un anuncio, ¿No me estoy moviendo por emociones?

Gráfico 8. Influencia al momento de comprar un producto



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

De nuestra muestra investigada analizamos que el 56% no reconoce ningún mensaje emotivo que recurre a los argumentos, mientras que el 44% es capaz de discernir entre un mensaje que apela a las emociones y un mensaje que recurre a los argumentos.

Pregunta 31: ¿Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente?

Pregunta 31.1: ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?

Tabla 9. Instituciones donde se puede ejercer la posibilidad de reclamo ante el contenido

		¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?		Total
		El alumno no conoce ni participa con las instituciones responsables.	El alumno conoce y participa activamente con las instituciones responsables.	
¿Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente? Si la respuesta es No, no responder la pregunta 31.1	El Alumno no conoce posibilidades de reclamo ni reacciona ante contenido inconveniente.	719 62,5%	51 4,4%	770 67,0%
	El alumno reacciona y conoce posibilidades de reclamo ante contenido inconveniente.	320 27,8%	60 5,2%	380 33,0%
Total		1039 90,3%	111 9,7%	1150 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

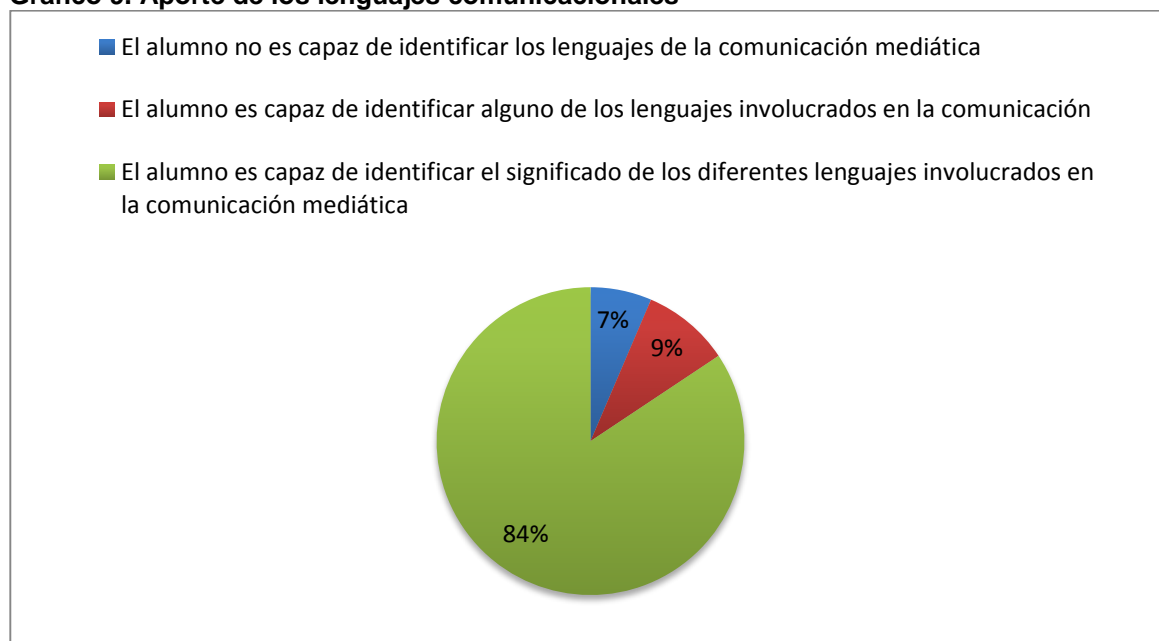
De nuestra muestra cerca del 67% de estudiantes no conoce la posibilidad de reclamo ni reacciona ante un contenido inconveniente, de ese porcentaje el 63% no conoce ni participa con las instituciones responsables, y solamente el 4% conoce a las instituciones pero no esta dispuesto a quejarse.

Del 33% de estudiantes que reacciona y conoce las oportunidades de reclamo ante un contenido inconveniente el 28% no participa con las instituciones competentes ante este caso, o simplemente no las conoce, mientras que el 5% conoce y acude a una institución para quejarse o reclamar si encuentra algún contenido inconveniente.

2.3.1.3. Dimensión Estética

Pregunta 16 ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película?

Gráfico 9. Aporte de los lenguajes comunicacionales



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Para esta pregunta se usó un fragmento de la película francesa *Amélie*, donde fácilmente se aprecia la nostalgia que se transmite a través de la cromática y los sonidos y por supuesto las intenciones dramáticas de la protagonista, todo esto inmerso en los diferentes tipos de lenguaje audiovisuales, obteniendo como resultado un 84% capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática, un 9% identifica solamente algunos y el 7% no los puede identificar.

Pregunta 22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.

Tabla 10. Diferenciar las características básicas en una imagen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El alumno no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad.	972	84,5%	84,5	84,5
	El Alumno conoce medianamente las características para definir la calidad de una imagen.	139	12,1%	12,1	96,6
	El alumno conoce las características básicas para definir la calidad de una imagen.	39	3,4%	3,4	100,0
	Total	1150	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

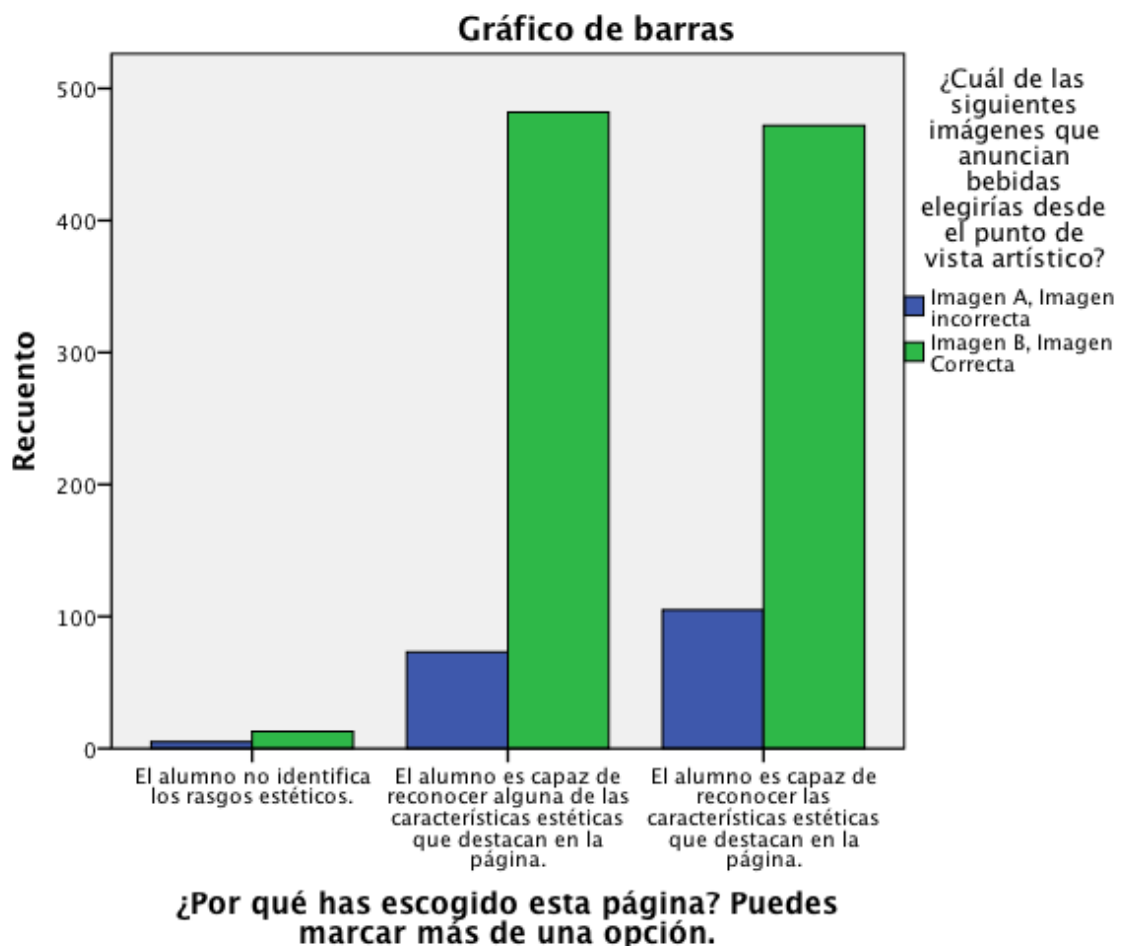
En esta pregunta se analizó la capacidad de reconocer una producción mediática basándose en las exigencias mínimas de calidad estética y artística, como opciones de respuesta tenemos: falta de nitidez en el color, imagen totalmente centrada, situada algo a la izquierda, está a color, se encuentra en blanco y negro, está pixelada, tiene ruido, el fondo es liso, tiene varios objetos.

De todas estas opciones los estudiantes tenían que elegir las mejores respuestas para presentar una imagen de buena calidad en una publicación importante, dando como resultado que cerca del 85% de los alumnos no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad, el 12% conoce medianamente y solamente el 3,4% sabe de las características básicas para definir una buena calidad.

Pregunta 28: ¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?

Pregunta 28.1: ¿Por qué has escogido esta página? Puedes marcar más de una opción

Gráfico 10. Diferenciar las características estéticas en una imagen



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Se ha seleccionado dos imágenes publicitarias de una misma categoría de productos (bebidas) con elementos estéticamente remarcables, cromáticas distintas, tipografía y encuadre diferente.

De estos anuncios la respuesta correcta y que visualmente es considerada altamente artística es la Imagen B, acertando un 84% de los estudiantes, de ese porcentaje el 42% reconoce alguna de las características estéticas, el 41% reconoce todas las características y el 1% no las reconoce, por otro lado se está el grupo que no acertó con la imagen correcta (16%), de este número el 0.4% no identifica rasgos estéticos, el 6,3% identifica algunos rasgos y finalmente solo su 9% es capaz de reconocer las características estéticas que se destacan en la imagen.

2.3.2. Resultados totales de profesores

2.3.2.1. Datos sociodemográficos

Tabla 11. Sexo y Cantón de los docentes

	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
Cantón Loja	85 45,5%	102 54,5%	187 100%
Total	85 45,5%	102 54,5%	187 100%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En el presente resultado se observó que la muestra entera es de la provincia de Loja cantón Loja, un 45,5% representa al sexo masculino mientras que el 54,5% representa al sexo femenino, lo que señala que existen más mujeres impartiendo enseñanzas en las aulas del cantón Loja.

Tabla 12. Edad y años de docencia

Años de docencia	Edad					Total
	De 21 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 59 años	De 60 a 70 años	
De 1 a 9 años de docencia	58 62, 4%	27 29%	7 7,5%	1 1,1%	0 0%	93 100%
De 10 a 19 años de docencia	0 0%	11 23,9%	29 63%	6 13%	0 0%	46 100%
De 20 a 29 años de docencia	0 0%	0 0%	7 29,2%	17 70,8%	0 0%	24 100%
De 30 a 39 años de docencia	0 0%	0 0%	0 0%	16 72,7%	6 27,3%	22 100%
De 40 a 45 años de docencia	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	2 100%	2 100%
Total	58 31%	38 20,3%	43 23,0%	40 21,4%	8 4,3%	187 100%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

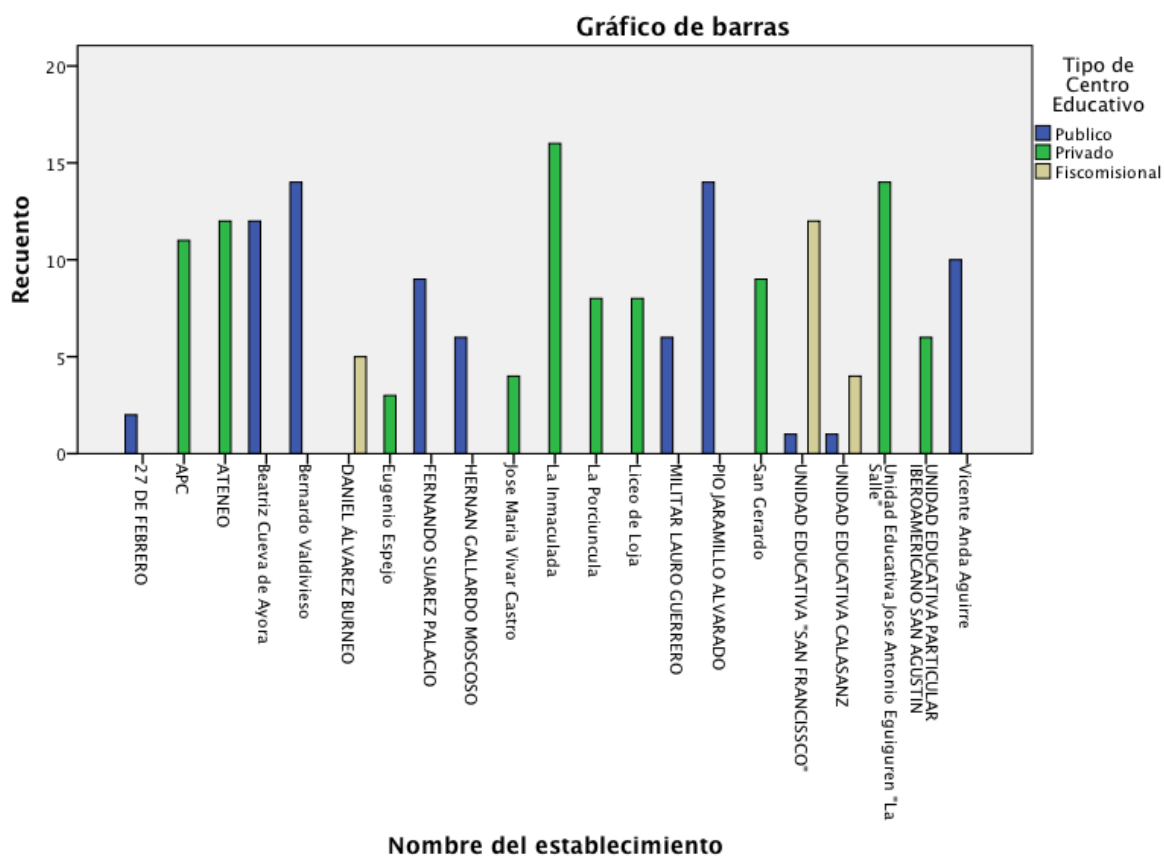
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Se ha procedido a recodificar y agrupar las edades junto con los años de docencia por categorías en el primer grupo se involucran edades entre 21 a 29 años, con 58 muestras que representa un 31% y a su vez es el grupo con menor tiempo de docencia (1 a 9 años), el segundo grupo lo representa la edad comprendida entre 30 a 39 años con 38 muestras 20,3% divididas entre 1 a 9 y 10 a 19 años de docencia (29% y 23,9%) respectivamente, el tercer grupo abarca la edad de 40 a 49 años con un total de 43 muestras 23%, seguido del cuarto grupo de 50 a 59 años que resulta el 21,4% y finalmente el grupo minoritario pero con mayor tiempo de docencia comprende las edades de 60 a 70 años con mas de 40 o 45 años de docencia y representa el 4,3%.

Y es de notoria diferencia la escasez de profesores con experiencia en las aulas de clase pues se ha identificado que la mayoría de docentes son jóvenes y con menor experiencia en docencia

Gráfico 11. Nombre del establecimiento y tipo de centro educativo



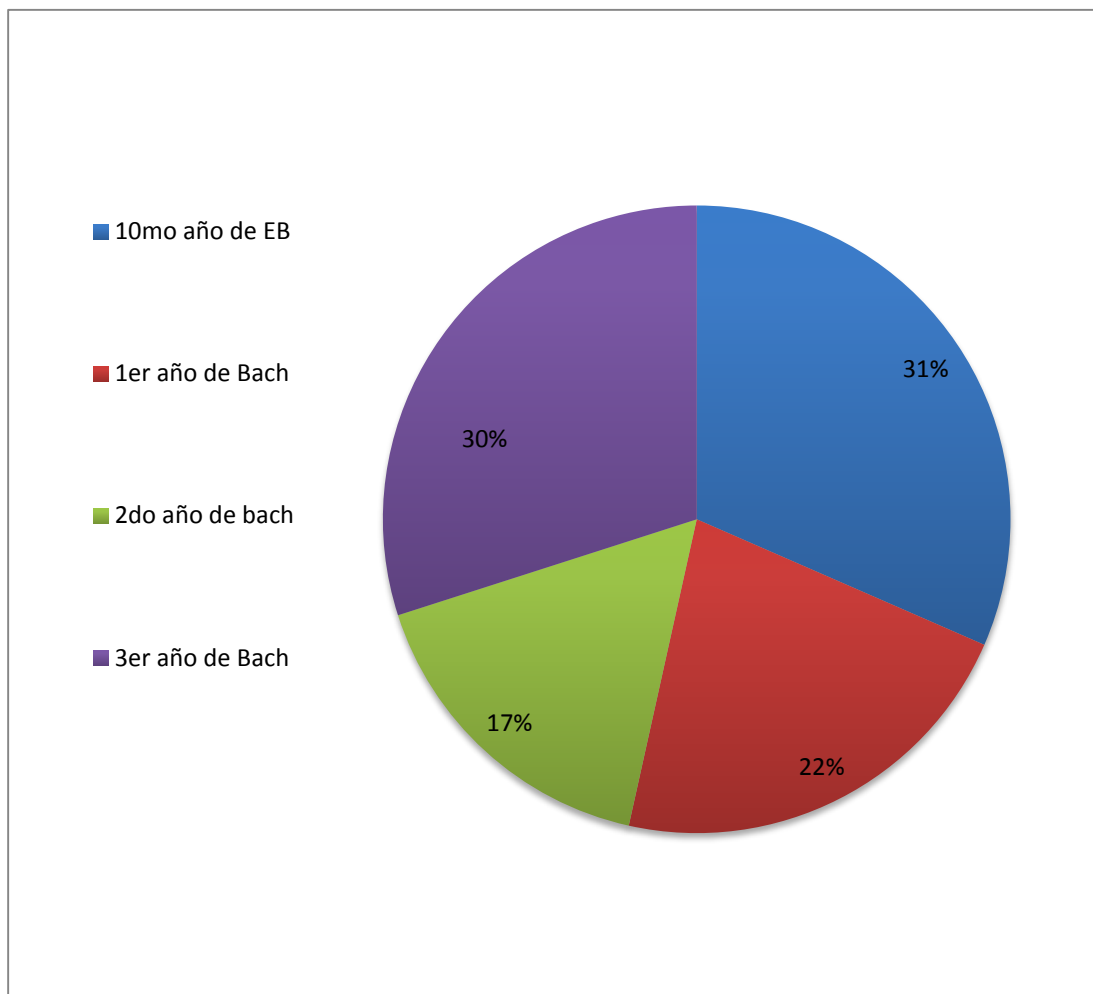
Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En el resultado de los establecimientos educativos es notorio que el grupo predominante de tipo de centro educativo es el privado con un 48,7% de docentes, seguido del 40% que representa a los colegios públicos y finalmente el 11,2% de los colegios fiscomisionales. Es así como se ha comprobado a través de la muestra de docentes que existe mayor concentración de colegios privados por el mayor números existentes en la ciudad.

Profesor de:

Gráfico 12. Curso en el que es profesor



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.
Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Los docentes encuestados en el siguiente resultado comprenden desde el 10mo año E.B.G al 3er año de Bachillerato, basándonos en el gráfico 4, encontramos que el mayor porcentaje de docentes (31%) está en el 10mo año de Educación Básica con 59 docentes, seguido de una mínima diferencia (30%) con 56 docentes del 3er año de Bachillerato, el 22% pertenece al 2do año de Bachillerato con 41 y el 17% restante con 31 docentes del 1er año de Bachillerato, pero hemos comprobado que este es un dato muy cambiante ya que los profesores no están 100% fijos en un curso si no que intercambian paralelos pues la mayoría son especializados en una sola materia.

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital? Según el tipo de centro educativo.

Tabla 13. Grado de formación adquirida en comunicación audiovisual según el tipo de centro educativo

Tipo de Centro Educativo	¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?			Total
	Ninguna	Alguna	Bastante	
Público	18 9,6%	48 25,7%	9 4,8%	75 40,1%
Privado	8 4,3%	58 31,0%	25 13,4%	91 48,7%
Fiscomisional	3 1,6%	11 5,9%	7 3,7%	21 11,2%
Total	29 15,5%	117 62,6%	41 21,9%	187 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

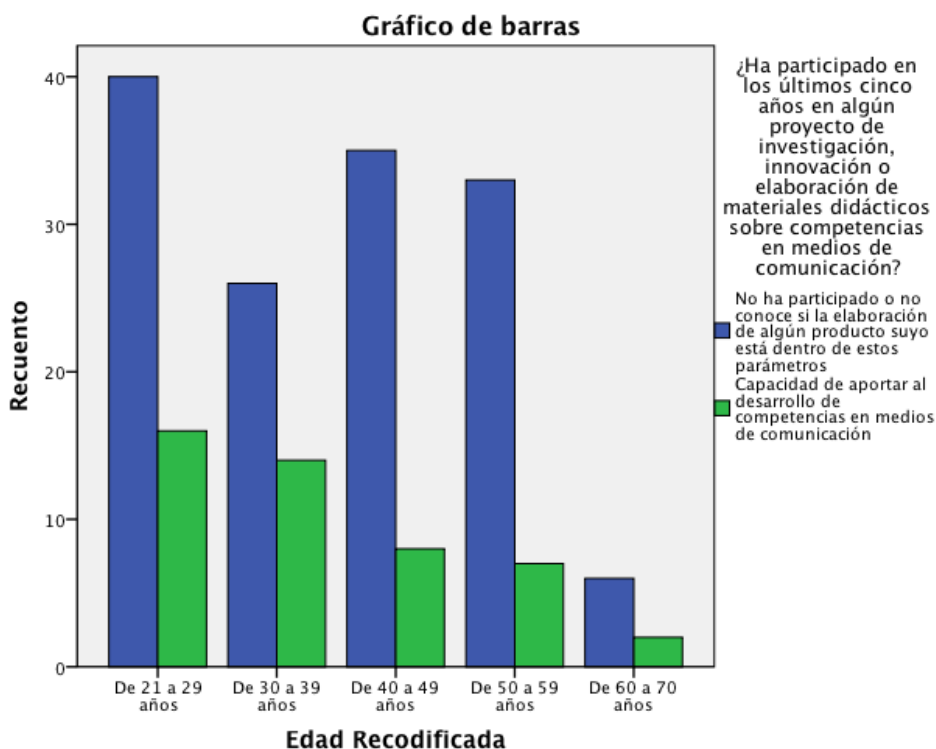
Interpretación:

En la tabla 5, se ha relacionado el grado de formación adquirida en comunicación audiovisual con el tipo de centro educativo, dando como resultado que en los tres tipos de centros educativos la mayor respuesta fue 'alguna' lo que no marca mucha diferencia entre los colegios, pero al analizar la tabla cruzada de grado de formación y la edad de los docentes, es notable que los profesores mas jóvenes (21 a 29 años) afirman tener algún tipo de formación en comunicación audiovisual mientras q en el grupo de mayor edad (60 a 70 años) su mayor respuesta es ninguna.

2.3.2.2. Dimensión Recepción e Interacción

Pregunta 29. ¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?

Gráfico 13. Participación en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias mediáticas



Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación

En el gráfico anterior, más de la mitad de los encuestados (75%) no ha tenido participación en algún tipo de proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación y solamente el 25% lo ha hecho. De ese porcentaje, es evidente que la mayoría que lo ha hecho son los grupos de docentes relativamente jóvenes (de 21 a 29 años y 30 a 39 años) que tienen la capacidad de aportar al desarrollo de las competencias en comunicación y están relacionados con el mundo tecnológico.

La “investigación - acción” puede ser la línea que guíe al maestro en el diseño de propuestas y proyectos relacionados con la educación mediática en la etapa de Infantil. Propuestas que se construyan desde y para la práctica, y que además de pretender mejorarla procure comprenderla en una espiral de ciclos de planificación, acción, observación y reflexión encaminados a realizar una tarea que debiera ser compartida por el equipo docente.

Pregunta 33. ¿Una WebQuest es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?

Tabla 14. Conocimiento de la herramienta WebQuest en relación con los años de docencia de los encuestados.

Años de docencia	¿Un WebQuest, es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?		Total
	No conoce ni utiliza la herramienta.	Utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.	
De 1 a 9 años de docencia	27,3%	22,5%	49,7%
De 10 a 19 años de docencia	15,5%	9,1%	24,6%
De 20 a 29 años de docencia	8,0%	4,8%	12,8%
De 30 a 39 años de docencia	9,6%	2,1%	11,8%
De 40 a 45 años de docencia	1,1%		1,1%
Total	61,5%	38,5%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

La tabla 14 nos explica que el 62% de los docentes contestó de manera negativa el conocimiento de un WebQuest y solamente el 38% conoce y utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.

Al cruzar esta variable con los años de docencia de las muestras, el 22,5% de los docentes con menor experiencia conocen y están relacionados con el WebQuest mientras que un 27% no lo hace, pero al comparar con los que tienen más experiencia (30 a 39 años) solamente el 2% conoce lo que es un WebQuest.

De acuerdo con sus desarrolladores, Bernie Dodge y Tom March, una WebQuest es una actividad orientada a la investigación en la que la mayor parte de la información que se debe usar está en la Web. Es un modelo que pretende rentabilizar el tiempo de los estudiantes, centrarse en el uso de la información más que en su búsqueda y reforzar los procesos intelectuales en los niveles de análisis, síntesis y evaluación. Recuperado en: <http://www.aula21.net/tercera/introduccion.htm>

Pregunta 41. ¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?

Tabla 15. Conocimiento de la herramienta internet como acción social con relación al grado de competencia adquirida en el docente

¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?	¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?			Total
	Ninguna	Alguna	Bastante	
No conoce como participar solidariamente a través de Internet.	7 3,7%	23 12,3%	5 2,7%	35 18,7%
Utiliza la herramienta internet para generar acción social.	22 11,8%	94 50,3%	36 19,3%	152 81,3%
Total	29 15,5%	117 62,6%	41 21,9%	187 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En la tabla anterior observamos que un 81% utiliza la herramienta Internet para generar acción social, de este porcentaje un 50,3% tiene grado medio adquirido en comunicación audiovisual, el 19,3% representa al nivel mas alto en formación audiovisual y el 11,8% no posee ningún tipo de formación adquirida sin embargo suele utilizar internet como una herramienta con fines de ayuda social.

El 19% restante no conoce como participar solidariamente a través de Internet, pese a que el 12, 3% tiene algún tipo de conocimiento audiovisual, no usa correctamente la herramienta, lo mismo sucede con el 2,7% y 3.7% que representan al mayor y menor nivel de grado adquirido en comunicación audiovisual respectivamente.

Pregunta 42. ¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?

Tabla 16. Relación a través de los medios digitales en el ámbito educativo, información cruzada con la edad de los docentes.

Edad Recodificada	¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?			Total
	No utiliza los medios digitales para relacionarse con sus colegas.	Se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas del ámbito educativo	Incorpora en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas.	
De 21 a 29 años	1,1%	13,9%	15,0%	29,9%
De 30 a 39 años	0,5%	12,3%	8,6%	21,4%
De 40 a 49 años	4,8%	10,2%	8,0%	23,0%
De 50 a 59 años	2,1%	12,8%	6,4%	21,4%
De 60 a 70 años	1,6%	2,1%	0,5%	4,3%
Total	10,2%	51,3%	38,5%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Los resultados del análisis de esta pregunta muestran que un 51% se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas del ámbito educativo, un 39% incorpora en sus herramientas los medios digitales para así mantenerse comunicado con sus colegas y el 10% no lo utiliza.

Al cruzar esta variable con la edad de los docentes podemos ver que del 39% que incorpora sus herramientas en los medios digitales el mayor porcentaje (15%) se lo lleva el grupo de los docentes más jóvenes (21 a 29 años), lo mismo sucede el 51% donde el mayor porcentaje dividido se lo lleva el mismo grupo de edad pero con el 13,9% que se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas.

Pregunta 43. Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna Web toma precauciones basándome en...

Tabla 17. Precauciones antes de ingresar sus datos personales según el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?	Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna Web, ¿Toma Usted precauciones basadas en:			Total
	No usa las redes para introducir sus datos personales y se basa en el aspecto del sitio.	Se guía por su instinto personal y la interacción que tiene con otros usuarios.	Conoce la fuente del sitio y su fiabilidad	
Ninguna	4,8%	5,9%	4,8%	15,5%
Alguna	28,9%	15,5%	18,2%	62,6%
Bastante	7,0%	7,5%	7,5%	21,9%
Total	40,6%	28,9%	30,5%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

De todos los encuestados en esta pregunta el 41% no usa las redes para introducir sus datos personales y se basa en el aspecto del sitio, esto se debe a que el 28,9% ha recibido algún tipo de formación en comunicación audiovisual y digital.

El 29%% se guía por su instinto personal y la interacción que tiene con otros usuarios de ellos el 7.5% posee el mayor nivel de formación en comunicación audiovisual, mientras que el 30% conoce la fuente del sitio y su fiabilidad y solo el 4,8% no posee ningún tipo de formación en dicha competencia.

Pregunta 44. ¿Le gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?

Tabla 18. Interés en recibir información sobre competencias mediáticas

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?	¿Te gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?		Total
	No le interesa conocer sobre competencias mediáticas para aplicarlo en su vida de docente.	Le interesa aprender sobre competencia mediática para aplicarlo en la docencia	
Ninguna	0,5%	14,8%	15,3%
Alguna	4,9%	57,4%	62,3%
Bastante	1,6%	20,8%	22,4%
Total	7,1%	92,9%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En la última pregunta de la dimensión de recepción e interacción se preguntó a los 187 docentes acerca del interés en recibir información sobre competencias mediáticas y cerca del 93% (174) resultó positivamente interesado en recibir dicha información mientras que el 7% (13) no está interesado en obtener información.

Esto resulta un dato muy alentador pues la mayoría de los docentes esta dispuesto a aprender acerca de nuestro tema de investigación y por supuesto aplicarlo con sus estudiantes.

2.3.2.3. Dimensión Estética

Pregunta 39. ¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?

Tabla 19. Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?	¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?		Total
	No reconoce ni se interesa en el aspecto estético del contenido mediático.	Conoce características estéticas del contenido mediático	
Ninguna	12 6,4%	17 9,1%	29 15,5%
Alguna	25 13,4%	92 49,2%	117 62,6%
Bastante	6 3,2%	35 18,7%	41 21,9%
Total	43 23,0%	144 77,0%	187 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

En la primera pregunta de la dimensión estética se ha comprobado que el 77% de los maestros conoce características estéticas del contenido mediático de ese porcentaje el 18,5% posee el mayor nivel de conocimiento audiovisual, el 49,2% tiene alguno y finalmente el 9% no tiene ningún tipo de formación adquirida sin embargo conoce las características estéticas en un trabajo estudiantil.

Pregunta 40. ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)

Tabla 20. Reconoce tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No reconoce	22	11,8%	11,8	11,8
Distingue ciertas tendencias cinematográficas.	111	59,4%	59,4	71,1
Tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos	54	28,9%	28,9	100,0
Total	187	100%	100,0	

Fuente: Estudiantes de los colegios del cantón Loja.

Elaboración: Álvarez, M. & Molina, C. (2014)

Interpretación:

Hemos analizado que el 59% de los docentes reconoce solamente ciertas tendencias estéticas, el 12% no reconoce ningún tipo de tendencias y finalmente el 29% tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos.

2.4. Resultados totales padres de familia

2.4.1. Focus group (análisis descriptivo)

Total de muestra: 5 padres de familia

Sexo: 3H – 2M

Edad de los hijos: 13- 18 años

¿Cuál es la diferencia en que se educan sus hijos y el tiempo que se educaron ustedes?

Todos los padres de familia han manifestado sus diferencias al momento de estudiar y compararlas con el tiempo de sus hijos por ejemplo, Wilson destaca los métodos de estudio a nivel de investigación, en la que los jóvenes de hoy en día ya no acuden a una biblioteca si no que obtienen toda la información del internet.

Isadora se refiere a la diferencia tecnológica, pues en su tiempo no tenía acceso a una computadora con la facilidad que tienen sus hijos en el colegio, Consuelo piensa que ahora el nivel de estudios es más fácil, pues ella recuerda que estudiaba toda la materia acumulada para un examen, y también habla sobre las múltiples opciones de colegios donde pueden estudiar los jóvenes pues en su tiempo tenía pocas opciones y recuerda también que eran muy estrictos, lo mismo opina Luis acerca de la exigencia de los profesores eran más estrictos que ahora.

Mientras que Omid opina respecto al nuevo sistema educativo donde según él, los maestros y directores ahora están perdiendo la batuta debido a las leyes impuestas y las denuncias que estas puedan traer.

¿Hablando de acceso a internet, ustedes como padres permiten o tienen acceso en su casa?

En esta pregunta todos contestaron positivamente pero, en el caso de Isadora sus hijos no poseen internet todo el tiempo pues cuando ella se encuentra fuera de casa lleva el wi-fi (router) consigo así afirma que es su manera de controlarlos, mientras que Omid mantiene filtros de privacidad en los dispositivos y computadores de su hogar.

¿Permite que su hijo tenga un Smartphone o dispositivo móvil?

Todos los hijos y participantes del focus group tienen Smartphone o dispositivo móvil y mayoría lo utiliza para comunicarse entre ellos.

¿Conoce las restricciones de las redes sociales en cuanto a la edad mínima para tener un perfil?

Isadora cree que la edad mínima es 18 años, Omid 15 cuando el dato verdadero es 13 años respecto a una cuenta a Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Tumblr, Google+, mientras que para Whatsapp 16 años y Youtube 18 años, datos que encontramos en los términos de uso y condiciones de cada una de estas redes sociales. Comprobamos así que los padres de familia desconocen totalmente la edad mínima para tener un perfil 2.0

¿Conocen alguna otra red social en la que ellos participen aparte de Facebook?

Los padres de familia solo mencionaron dos redes sociales Instagram y Snapchat.

Diferencia entre el tiempo que pasan entre internet y televisión, ¿A que medio creen que sus hijos le dediquen mas tiempo?

La mayoría de los padres de familia afirman que es Internet el medio al que le dedican mas tiempo.

¿Que ven sus hijos en televisión?

Los jóvenes cuando ven televisión se dedican algunos a ver películas o series, dibujos animados, y especialmente programas de televisión por cable, programas de cocina, etc.

En el tema de valores, ¿Creen que los medios de comunicación pueden influir de forma positiva o negativa sobre los jóvenes y pueden modificar sus pensamientos y emociones?

Para Isadora sus hijos son muy influenciados por la edad que tienen, para Consuelo su hijo actúa de acuerdo lo que ve haya visto por televisión, mientras Luis menciona que a través de la música que escuchan son vulnerables a ser influenciados, por las modas que imponen y las letras.

2.5. Verificación de hipótesis

Hipótesis 1

Los alumnos no manejan adecuadamente las competencias mediáticas audiovisuales en cuanto al uso de las herramientas tecnológicas contemporáneas y la lectura crítico-reflexiva de los contenidos audiovisuales que consumen.

Según los resultados estadísticos obtenidos en la investigación se ha comprobado que los alumnos de la muestra poseen un grado medio (alguno) de formación en competencias mediáticas, que ha sido adquirido de manera autodidacta sin haber sido impartido desde la cátedra educativa, de igual modo los estudiantes participan activamente de las redes sociales pero no tienen la criticidad suficiente para adquirir responsabilidad social ni tener un uso adecuado de las herramientas web.

Hipótesis 2

Los docentes no poseen los conocimientos necesarios en cuanto a las herramientas tecnológicas que podrían utilizar en sus métodos de enseñanza para formar individuos críticos y competentes en el entorno mediático en el que nos desenvolvemos en la actualidad.

De acuerdo a datos relevantes del análisis realizado gran porcentaje de los docentes no utiliza herramientas tecnológicas ni materiales que permitan aprovechar y desarrollar las competencias mediáticas haciendo uso de estrategias pedagógicas que se adapten a las necesidades del estudiante contemporáneo que se desenvuelve en un entorno hiper mediático y tecnológico.

Tampoco han sido partícipes de algún proyecto de investigación o innovación sobre competencias mediáticas, de todos estos resultados los docentes relativamente jóvenes son los que están más vinculados a la formación y aprendizaje mediático pues muestran algún grado de experiencia o instrucción relacionada a los medios digitales características que los docentes con más años de experiencia carecen.

La formación de esos ciudadanos requiere de un curriculum abierto y flexible que responda a estas nuevas exigencias y la tarea del docente no debe consistir sólo ni principalmente en enseñar contenidos disciplinares descontextualizados, sino en definir y plantear situaciones en las cuales los alumnos puedan formar y desarrollar sus competencias o cualidades

humanas fundamentales, es decir, construir, modificar y reformular de manera crítica y creativa sus conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y habilidades.

Hipótesis 3

Los padres de familia se encuentran capacitados para brindar la orientación e información que necesitan sus hijos para desarrollar un juicio crítico y reflexivo que les permita discernir sobre los contenidos emitidos en los medios.

Conforme a los resultados analizados en el focus group los padres de familia del sector privado conocen de cierto modo las nuevas tecnologías en la que sus hijos están inmersos como redes sociales o productos televisivos que ellos consumen, pero en pocos casos estos productos son controlados con horarios restringidos o filtros de privacidad.

Se demuestra también que los padres de familia utilizan ciertos dispositivos como *Smartphones* para comunicarse con sus hijos lo que los hace estar relacionados en un mismo entorno digital, esto se debe a que el nivel adquisitivo de las familias en el sector privado impulsa a que los padres de familia se muestren más interesados en la tendencia tecnológica y digital.

De la misma manera se comprueba que los padres están conscientes que sus hijos son vulnerables a ser influenciados por algún tema o estereotipo que los medios transmiten y debido a su edad son fácilmente de imitar.

CONCLUSIONES

- Se ha demostrado un nivel de conocimiento medio referente a competencias mediáticas audiovisuales dentro de los 23 colegios en los docentes, alumnos y sus padres de familia.
- No existe mayor diferencia entre el nivel académico de los colegios y el tipo de centro educativo, tanto establecimientos públicos, privados y fiscomisionales se encuentran en el mismo eslabón al momento de hablar de competencias mediáticas.
- Los estudiantes han adquirido el conocimiento en formación mediática de manera autodidacta (37%), seguido de la ayuda de sus compañeros y amigos (20%), cerca del 4% en cursos específicos fuera del plantel educativo, el mientras que el 11% no la ha adquirido.
- Cerca del 88% de los estudiantes desconoce acerca del uso y responsabilidades legales de la materia audiovisual, este porcentaje no usa ni conoce las licencias Creative Commons.
- Bajo la dimensión de recepción e interacción analizada se concluye que los estudiantes no están capacitados para identificar las sensaciones que puede transmitir un anuncio o publicidad y son fácilmente influenciados a estereotipos foráneos.
- El 85% de los alumnos no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad, el 12% conoce medianamente y solamente el 3,4% sabe de las características básicas para definir una buena calidad.
- Con respecto a los docentes se comprobó que el 62% no utiliza recursos metodológicos como un WebQuest y solamente el 38% conoce y utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de aprendizaje mediático en sus estudiantes.

- La preparación del profesorado ante estas exigencias requiere una transformación radical de los modos tradicionales de formación. Se necesitan profesionales expertos en sus respectivos ámbitos del conocimiento y al mismo tiempo comprometidos y competentes para provocar y acompañar el aprendizaje relevante de los estudiantes (García, Pavón & Ruiz, 2011, p 2).

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el aprendizaje y desarrollo de competencias mediáticas audiovisuales es una tarea conjunta de la sociedad, empezando el trabajo desde el hogar inculcando valores que formen un individuo capaz de discernir los contenidos y sacar provecho a la información que emiten los medios, seguido del trabajo proveniente de la cátedra educativa que al tener 'nativos digitales' en las aulas, impulsen y ayuden a desenvolver el conocimiento innato de sus alumnos, y finalmente los estudiantes deben adquirir la responsabilidad consiente del entorno en el que crecen y se educan.
- Recomendamos que las autoridades gubernamentales se encarguen de implementar y fomentar nuevas reformas educativas en la malla académica que garanticen el aprendizaje y progreso de la competencia audiovisual, que requiere de estrategias tecnológicas lúdicas, didácticas y atractivas para el alumnado actual.
- Que en los docentes surja el interés de capacitación ante la nueva era digital, ya que al ser inmigrantes digitales es necesario adaptarse a las exigencias mediáticas que se encuentran en constante evolución y así impartir conocimientos acordes a las capacidades de los estudiantes
- Se recomienda la difusión de la información en los hogares para el uso y control adecuado de las herramientas web y medios de comunicación, que los padres de familia encuentren espacios comunes con sus hijos dentro del entorno digital, estando en constante diálogo acerca de los productos que consumen, sus gustos y preferencias.
- Recomendamos que los estudiantes tengan un uso adecuado de las herramientas tecnológicas, aprovechando sus conocimientos y aptitudes creando una ideología crítico-reflexiva donde sean capaces de discernir y analizar el contenido audiovisual sacando provecho de la tecnología y sus herramientas. Aprovechando la capacidad latente y la experiencia para poder fomentar nuevos retos y el desarrollo de las competencias modernas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, I & Bernabeu, N. (2011). La Educación Mediática, un Movimiento Nacional Imparable. *Revista Comunicar* (37), 7-8.
- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008) Constitución del Ecuador.
- BELKINS, V. (2007) Consumo cultural y educación. Recuperado en: <http://www.cinelatinoamericano.org/assets/docs/Consumoculturalyeducacion.pdf>
- BERNABEU, N. (2010). La educación mediática en el currículo de la LOE. Aportaciones de este ámbito de conocimiento a la educación por competencias básicas. Euro-Iberoamerican Congress ATEI. Media Literacy and Digital Cultures. Sevilla. 13 y 14 de mayo de 2010
- CANCLINI, N. (1999). El Consumo Cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, Guillermo (coord.) *El consumo Cultural en América Latina*. Bogotá 1-3.
- EUROPEAN COMMISSION (2009) Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. *EAVI for the European Commission*. Bruselas.
- FERRÉS, J. (2006) La competencia en Comunicación Audiovisual: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, 1-8.
- FERRÉS, J., GARCÍA, A., AGUADED, J.I, FERNÁNDEZ, J., FIGUERAS, M. y BLANES, M. (2011) Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en la Comunidad Autónoma de la Rioja. *Grupo Comunicar Ediciones*. La Rioja.
- FERRÉS I PRATS, J; PISCITELLI, A. (2012) La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, nº 38, V. XIX, (2012), pp. 75-82.
- GONZÁLEZ, N. (2012) Diseño de un focus group para valorar la competencia mediática en escenarios familiares. *Icono 14* Vol. 10 Nº. 3, pp. 116-133.

- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, N., SEDEÑO VALDELLOS, A. Y GOZÁLVEZ PÉREZ, V. (2012) Diseño de un Focus Group para valorar la competencia mediática en escenarios familiares. *Icono14* 10(2), 116-133

- GUTIÉRREZ, A., y TYNER, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Revista Comunicar*, XIX (38), 31-39.

- LAZO, C.M y GABELAS, J.A (2013) Investigación sobre el grado de competencia mediática de los ciudadanos aragoneses. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n.22 Recuperado de: <http://ambitoscomunicacion.com/2013/investigacion-sobre-el-grado-de-competencia-mediatica-de-los-ciudadanos-aragoneses/>

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. (2006) Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Buenos Aires. Recuperado en: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/>

- MORDUCHOWICZ, R. (2003) El sentido de una educación en medios. *Revista Iberoamericana de Educación*. N.º 32, pp. 35-47.

- PÉREZ-RODRÍGUEZ, M.A. y DELGADO, Á. (2012) De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, No. 39, 25-34.

- SÁNCHEZ, J. y CONTRERAS, P. (2012) La competencia mediática en Andalucía: un camino por recorrer. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, No. 11, pp. 23-44.

ANEXOS

Cuestionarios

Encuesta Competencia Mediáticas Audiovisuales-Profesores.

Cantón:

Loja ()

Zamora ()

Edad:.....

Sexo:

Masculino ()

Femenino ()

Tipo de Institución Educativa

Pública ()

Privada ()

Fiscomisional ()

Nombre de la Institución Educativa:

Años de Docencia:

Profesor de:

(Opción Múltiple)

10mo Año de Educación Básica ()

1ero. de Bachillerato ()

2do. de Bachillerato ()

3ero. de Bachillerato ()

Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.

Ninguna ()

Alguna ()

Bastante ()

¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta su Institución Educativa?

(Opción Múltiple)

- Computadoras ()
- Pizarra digital interactiva (PDI) ()
- Proyectores ()
- Conexión a Internet ()
- Tablets PC ()
- Otros.....

¿Una Tablet permite almacenar, procesar la información y acceder a Internet?

- Sí ()
- No ()
- No lo sé ()

Google, Safari, Bing o Yahoo... ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?

- Sí ()
- No ()
- No lo sé ()

¿Usar el GPS en la telefonía móvil permite la localización exacta de su ubicación?

- Sí ()
- No ()
- No lo sé ()

¿Posee un Smart Phone?

- Sí ()
- No ()

¿Para qué utiliza un Smart Phone?

- Sólo para realizar llamadas y mensajes ()
- Revisar correo electrónico ()
- Conectarse a redes sociales ()
- Realizar consultas en la Web ()
- Otros:

Los recursos educativos que utiliza con sus alumnos son:

- Programas educativos comerciales ()

- Programas educativos de libre disposición ()
- Presentaciones (PowerPoint) ()
- Procesadores de texto (Word, Excel) ()
- Entornos virtuales de aprendizaje ()
- Blogs ()
- Portales educativos ()
- Redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter) ()
- Bancos de imágenes y sonidos ()
- Foros ()
- Otro:

Conozco las herramientas para el control de los contenidos de Internet en la Institución Educativa.

- Sí ()
- No ()

Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos.

- Sí ()
- No ()
- No lo sé ()

¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (PhotoShop, Paint, etc.)?

- Nada ()
- Un poco ()
- Bastante ()

En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿Distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, informal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor?

- Nada ()
- Un poco ()
- Bastante ()

¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?

- Nada ()
Un poco ()
Bastante ()

Se preocupa por usar adecuadamente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo.

- Nada ()
Un poco ()
Bastante ()

En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos. ¿Existe un Consejo Audiovisual de ámbito Estatal?

- Sí ()
No ()
No lo sé ()

Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿Disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos?

- Sí ()
No ()
No lo sé ()

¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?

- Sí ()
No ()
No lo sé ()

En nuestro país, ¿Existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?

- Sí ()
No ()
No lo sé ()

¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

- Sí ()

No ()

¿Creative Commons es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?

Sí ()

No ()

No lo sé ()

Facebook o Twitter, ¿Pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas?

Sí ()

No ()

No lo sé ()

¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?

Sí ()

No ()

No lo sé ()

Aunque no las comparta, puede distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

Ante un tema que considero importante, la información que obtiene procede:

De mi medio de información habitual. ()

Del medio informativo que considero más fiable. ()

Busco e interpreto información de distintas fuentes para construir mi propia opinión. ()

¿Es posible tener una relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y transformación social?

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

¿Una webquest, es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la Web?

Sí ()

No ()

No lo sé ()

Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...

(Puede marcar más de una casilla)

Ocio ()

Acción social ()

Fines Académicos ()

Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios ¿Qué elementos toma en consideración?

(Puede marcar más de una casilla)

El propietario o titular del canal en que se emite la información. ()

El autor de la información. ()

El contenido de la información (coherente con otras informaciones y sus conocimientos)
()

Otro:

En los medios, ¿Se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer conocimiento de sí mismo?

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?

- Nada ()
Un poco ()
Bastante ()

¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?

- Sí ()
No ()

¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)?

- Nada ()
Un poco ()
Bastante ()

¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?

- Sí ()
No ()
No lo sé ()

¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?

- Nada ()
Un poco ()
Bastante ()

Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna Web toma precauciones basándose en...

(Puede marcar más de una casilla). Instinto personal. ()

Guía determinada por el aspecto del sitio. ()

Busca comentarios de otros usuarios. ()

Confío mis datos a páginas Web que conozco. ()

No confía nunca sus datos a ninguna página Web. ()

Otro:

¿Le gustaría recibir formación sobre el tema de Competencia Mediática?

Sí ()

No ()

Encuesta Competencia Mediáticas Audiovisuales-Alumnos.

Edad

- 14 ()
- 15 ()
- 16 ()
- 17 ()
- 18 ()

Sexo:

- M ()
- F ()

Tipo de Centro Educativo

- Público ()
- Privado ()
- Fiscomisional ()

Nombre del Centro Educativo

.....

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?

- Ninguna ()
- Alguna ()
- Bastante ()
- Otro:

5.1 ¿Cómo la has adquirido?

- Autodidacta (He aprendido por mi mismo) ()
- Ayuda de compañeros y amigos ()
- Conferencias ()
- Talleres ()
- Cursos específicos ()
- No la he adquirido ()
- Asignatura en el curso actual (cine, televisión, fotografía, comunicación digital) ()

¿Cuál es el navegador que mas utilizas?

Internet Explorer ()

Safari ()

Firefox ()

Google Chrome ()

En caso de ninguno de los anteriores escribe cuál:

6.1 Señala la razón principal por la que lo utilizas

Es el que venía pre-instalado en mi ordenador ()

Es el que conozco ()

Debido a sus características creo que es el más adecuado ()

Es más intuitivo ()

Es más rápido ()

Es más seguro ()

Por el diseño que presenta ()

Otro:.....

¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?

Escribo todas las palabras de la consulta en un buscador del tipo Google, ojeo los primeros resultados que me ofrece y selecciono el que creo más conveniente. ()

Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos y las herramientas disponibles, escojo los términos o palabras claves, evitando ambigüedades; utilizo más de una herramienta de búsqueda y finalmente comparo y evalúo la información hallada para seleccionar la que más se adapte a mis objetivos. ()

¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?

"Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum " ()

Etapas literarias Jorge Enrique Adoum ()

Obra Jorge Enrique Adoum ()

Jorge Enrique Adoum Literatura ()

Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum ()

Etapas " Jorge Enrique Adoum " ()

Las etapas literarios de Jorge Enrique Adoum ()

Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante.

- Wikipedia ()
- Monografías.com ()
- Diccionario Bibliográfico ()
- Rincón del Vago ()
- Ecuador Literatura ()

9.1.- ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?

Opción múltiple.

El diseño de la página. ()

Aparecen los nombres de los creadores y son personas o entidades reconocidas en el tema.

()

Tiene fecha de creación y actualización. ()

En la página aparecen todas las referencias de donde se ha tomado la información.

()

El título corresponde exactamente con lo que estaba buscando. ()

La información de la página proviene de una fuente confiable. ()

Señala si conoces cómo:

- Se crean contenidos en Wikipedia Si () No ()
- Se suben archivos a YouTube Si () No ()
- Se mantiene un Blog Si () No ()
- Se publican fotos en Flickr, Picassa, Instagram u otros Si () No ()
- Se accede a servicios RSS SI () No ()

Señala si has realizado alguna de estas actividades:

	Alguna Vez	Con Frecuencia	Nunca
1.- Participación en Wikipedia como creador de contenidos			
2.- Subida de archivos a YouTube			
3.- Mantenimiento de un blog			
4.- Publicación de fotos en Flickr, Picasa, Instagram u otros			
5.- Acceso a servicios RSS			

¿Qué red social utiliza más?

Opción múltiple.

- Facebook ()
- Twitter ()
- Google + ()
- Instagram ()
- Sonico ()
- Hi5 ()
- Otro:.....

Utilizas las redes sociales para:

Opción múltiple.

- Estar en contacto con amigos, chatear ()
- Para informarte y compartir contenido ()
- Para jugar ()
- Para difundir información personal y confidencial ()

¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONGs, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de éstas?

- Sí ()
- No ()
- Nos/Noc ()

13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?

- Difundiendo a través de las redes sociales informaciones relevantes sobre los derechos de las personas. ()
- A través de la participación activa en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos. ()
- Colaborando con ONGs ()
- Haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos través de correos electrónicos o redes sociales. ()
- No participo ()
- Otro:

Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones. Concepto	Firewall	Google Docs	You Tube	Itunes	Tableta Gráfica	Objetivo	Podcast	Software
1. - Radio difusión de noticias y eventos en formato sonoro, descargable de sitios Web.								
2.- Lente o conjunto de lentes que permite ver las imágenes en la medida y en las características que se quiere.								
3.- Sitio Web que permite a los usuarios subir, ver y compartir vídeos.								
4.- Parte de un sistema o una red que está diseñada para bloquear el acceso no autorizado, permitiendo al mismo tiempo comunicaciones autorizadas.								
5.- Conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador.								
6.- Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.								
7.- Programa gratuito basado en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo.								
8. - Programa de música que da acceso a millones de canciones.								

¿Comprendes la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?

Sí

()

En algunos casos

()

No

()

¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película?

Se utilizan los primeros planos de Amelie para reflejar su estado sentimental.

Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal. ()

La música, en este fragmento, cumple la función de potenciar aquellas emociones que no son capaces de expresar por sí solas las imágenes. ()

La cámara subjetiva, cuando vemos a través de la mirada de Amelie hacia las cortinas de la puerta, se utiliza para dar mayor dramatismo a la escena. ()

La música sirve, en este fragmento de película, para ambientar la época y el lugar en que transcurre la acción. ()

Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.

Concepto	Camarógrafo	Guionista	Cazador de tendencias	Community manager	Editor	Web master
1.- Es el encargado de recolectar información sobre temas de moda o tendencias, principalmente a través de Internet.						
2.- Es el encargado de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet.						
3.- Es el encargado de grabar las escenas y maneja la cámara.						
4.- Escribe con detalle el contenido de un documento audiovisual para su realización.						
5.- Es el encargado de programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos						
6.- Monta las imágenes para que tengan sentido completo.						

7.- Es el responsable del mantenimiento o programación de un sitio Web.						
8.- Distribuye los objetos en el decorado de una producción audiovisual.						

¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otras publicaciones difundidas en la Web o emitida en algún medio de comunicación?

- Sí ()
- No ()
- Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme ()

Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

- Programas concretos de la televisión privada. ()
- Programas concretos de la televisión pública. ()
- La programación completa de cadenas privadas. ()
- La programación completa de cadenas públicas. ()
- La privacidad en las redes sociales. ()
- La vulnerabilidad de los datos en Internet. ()
- Algunas cadenas de radio. ()
- El acceso a páginas con limitación de edad. ()

Otro:

¿Decides por ti mismo sobre qué vez?

- Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta.
- Sí, dispongo de televisión en el cuarto.
- Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa.
- No, mis padres o hermanos mayores deciden qué se ve en la televisión.
- Solo algunas veces

¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?

- La crítica especializada. ()
- Es una película taquillera o un programa con mucha audiencia. ()

- Todo el mundo habla sobre dicho programa o película. ()
- Aprendo con ese tipo de programas. ()
- Es entretenido y me ayuda a distraerme. ()
- Aparece publicado y compartido o retwiteado por muchas personas en mis redes sociales. ()
- No me he parado a pensarlo, siempre he visto ese programa. ()
- Me gusta el presentador o los actores. ()
- Otro:

Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.

Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla.

- | | | | |
|---|--------|--------|-----------|
| Falta nitidez en el color | Sí () | No () | No sé () |
| La imagen está totalmente centrada. | Sí () | No () | No sé () |
| La imagen está situada algo a la izquierda. | Sí () | No () | No sé () |
| Es en color. | Sí () | No () | No sé () |
| Es en blanco y negro. | Sí () | No () | No sé () |
| Está pixelada. | Sí () | No () | No sé () |
| Tiene ruido | Sí () | No () | No sé () |
| El fondo es liso | Sí () | No () | No sé () |
| El fondo tiene varios objetos | Sí () | No () | No sé () |

¿Has editado o manipulado con programas de ordenador imágenes, vídeos o audio?

- Sí ()
- No ()
- No sé ()

23.1 De todas estas herramientas de edición. ¿cuál o cuáles has utilizado?

- PhotoShop ()
- Final Cut Pro ()
- Paint ()
- Movie Maker ()
- Adobe Audition ()
- Adobe Premiere ()
- Sony Vega ()
- Adobe After Effects ()

No he utilizado ninguna

Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada.

Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes.

Aquí no se debe escribir, cada imagen debe tener un espacio en donde poner el número y ordenarlo del 1 al 4.

Imagen A

Imagen B

Imagen C

Imagen D

Imagen E

Imagen F

Imagen G

Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.

Pasos	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4	Paso 5	Paso 6	Paso 7
1.- Insertar música.							
2.- Buscar locaciones.							
3.- Edición de video.							
4.- Insertar los créditos.							
5.- Hacer casting.							
6.- Escribir guión.							
7.- Grabar escenas.							

¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?

Sí

No

No sé lo que significa

Nombra y describe un anuncio que recuerdes

.....

27.1 ¿ Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

- Por el producto que anuncia ()
- Música pegadiza ()
- Calidad visual, imágenes, colores ()
- El o la modelo que aparece ()
- La historia que cuenta ()
- Describe muy bien el producto ()
- Otro.....

¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?

Aquí no se debe dejar el espacio para escribir, solo se debe seleccionar una de las imágenes

- Imagen A ()
- Imagen B ()

¿Por qué has escogido esta página?

- El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos. ()
- Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano. ()
- Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento... ()
- La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar contenidos importantes. ()
- El color de fondo y la fuente facilitan la lectura. ()
- Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo. ()
- El elemento principal está en segundo plano. ()
- Otro:

Visualiza el siguiente anuncio y di qué te transmite.

- La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas ()
- Sensación de poder ()
- Con la PlayStation puedo hacer cualquier cosa ()
- No transmite nada ()

¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?

Sí ()

Tal vez ()

No ()

¿Puede influir en otras personas?

Sí ()

No ()

¿Por qué les influye?

Por los argumentos ()

Por las emociones ()

Por los argumentos y las emociones ()

No les influye ()

No sé ()

Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.

De acuerdo ()

En desacuerdo ()

No sé ()

Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente. Si la respuesta es no, no responder la siguiente

Sí ()

No ()

No sé ()

¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?

Sí ()

No ()

Cuestionario Consumo Cultural- Estudiantes

MODULO 1: TV

¿Tiene televisión en su casa? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

¿Tiene televisión por cable en su casa? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

¿Cuántos días por semana mira televisión? Respuesta Simple

Seis o siete días ()

Cuatro o cinco días ()

Dos o tres días ()

Un día por semana ()

No miro televisión ()

¿Cuántas horas por día mira televisión de lunes a viernes? Respuesta Simple

Más de 6 horas por día ()

5 a 4 horas por día ()

3 a 2 horas por día ()

1 hora por día ()

Menos de una hora por día ()

No mira TV los días de semana ()

¿Cuántas horas por día mira Televisión en sábados y domingos? Respuesta Simple

Más de 6 horas por día ()

5 a 4 horas por día ()

3 a 2 horas por día ()

1 hora por día ()

Menos de una hora por día ()

No mira TV los fines de semana ()

¿En general, en qué momento del día ve televisión? Respuesta Múltiple

- En la mañana, antes de ir al colegio ()
- Cuando regresa del colegio ()
- Cuando termina de hacer la tarea ()
- En la noche, hasta las 10 de la noche ()
- De las 10 de la noche en adelante ()

Mientras ve televisión, ¿hace realiza otra actividad? Respuesta Múltiple

- Escucho radio ()
- Hago la tarea para el colegio ()
- Uso el teléfono o celular ()
- Leo ()
- Uso la computadora ()
- Escucho música ()
- Estoy cenando o almorzando ()
- Veo solamente TV ()
- Otro, Cuál:.....

Cuando ve un programa de televisión, ¿va cambiando de canal para ver qué hay en los otros? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

En general, cuando prende la televisión ¿ya sabe lo que quiere ver o la enciende para ver qué hay? Respuesta Simple

- Ya sabe lo que va a ver ()
- Prende la TV para ver qué hay ()
- Otros, Cuáles:

¿Cuál fue el programa de televisión que le gustó más en los últimos 12 meses?.

Respuesta Espontánea

.....

¿Por qué le gusta más?. Respuesta Espontánea

.....

¿Qué tipo de programas de TV prefiere? Respuesta Múltiple (3 opciones)

- Películas
- Noticieros
- Periodísticos
- Ficción
- Educativos / Culturales
- Series
- Novelas
- Entretenimiento / Concursos
- Cómicos
- Dibujos animados
- Musicales
- Documentales
- Deportivos
- Otros, Cuáles:

¿Cómo elige los programas que ve? Respuesta Múltiple

- Por el contenido y argumento
- Porque me lo recomiendan mis amigos
- Porque me lo recomienda mi familia
- Por la publicidad / propaganda
- Por los actores
- Por la crítica que sale en los medios
- Por el canal que lo emite
- Por la productora que lo realiza
- Otros Cuáles:

¿Está satisfecho con los programas que hay en la televisión? Respuesta Simple

- Nada
- Un poco
- Bastante

Si está satisfecho con los programas que hay en la televisión indique ¿por qué?

Respuesta Múltiple.

- Son divertidos ()
- Variedad de contenidos ()
- Me identifico con lo que me muestran ()
- Aprendo cosas nuevas ()
- Programas juveniles ()
- Otros, Cuáles:

Si está insatisfecho con los programas que hay en la televisión indique ¿por qué?

Respuesta Múltiple. (2 opciones)

- Me aburren ()
- No hay variedad de contenidos ()
- No me identifico con lo que me muestran ()
- Porque muestran mucha violencia ()
- Porque hay mucho sexo ()
- Por el lenguaje que usan ()
- Por los antivalores que muestran ()
- Los programas para jóvenes son infantiles ()
- Otros, Cuáles:

Cuando ve televisión dentro o fuera de su hogar, está acompañado por alguien?

Respuesta Simple. (2 opciones)

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

¿Si está acompañado/ a, ¿Con quién? Respuesta Múltiple

- Padres/hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Otros, Cuáles:

¿Los fines de semana ven televisión todos juntos con tu familia? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

¿Se reunió alguna vez con amigos/as, en su casa o en la de sus amigos/as específicamente para ver televisión? Respuesta Simple

- Sí ()
- No ()

¿Habla con alguien sobre lo que ve en televisión? Respuesta Múltiple

- Padres/hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Nunca de lo que veo ()
- Otros, Cuáles:

¿Ve televisión en el colegio?

- En el tiempo libre ()
- En hora de clase/biblioteca ()
- No, aunque en mi colegio hay televisión ()
- No, porque en mi colegio no hay televisión ()

¿Qué tipo de programas son los que más ve en el colegio? Respuesta Múltiple (3 opciones)

- Películas ()
- Periodísticos ()
- Ficción ()
- Educativos/culturales ()
- Cómicos ()
- Dibujos animados ()
- Musicales ()
- Documentales ()
- Deportivos ()
- Otros, Cuáles:

¿Qué es lo que más valora de la televisión? Respuesta Múltiple (3 opciones)

- Me ayuda a pasar el tiempo ()
- Me informa ()
- Me acompaña ()
- Me entretiene y divierte ()
- Me enseña cosas ()
- Que puedo hablar con mis amigos de algunos temas ()
- Otros, Cuáles:

MÓDULO 2: CINE

¿Va al cine? Respuesta Simple.

- Sí ()
- No ()

Si no va al cine ¿Cuál es el motivo? Respuesta Múltiple

- No puedo pagar la entrada ()
- No me gusta el cine ()
- No hay cine donde vivo ()
- Mis padres no me dejan ir ()
- Otras, Cuál:

(PASAR A MÓDULO VIDEO)

Si va al cine ¿Cuántas películas vio en los últimos 12 meses? Respuesta Simple

- Más de seis ()
- Entre 3 y 5 ()
- Entre 1 y 2 ()

Nombre la película que más le gustó en los últimos 12 meses. Respuesta Espontánea

.....

¿Por qué le gustó más?

- Actores ()
- Trama ()
- Efectos visuales ()
- Lugar donde se grabó ()
- Banda sonora ()

¿Qué tipo de películas ve en general? (Puede elegir más de una opción).

- Drama
- Acción/Aventuras
- Ciencia ficción
- Comedia
- Romántica
- Fantástica
- Documental
- Histórica
- Terror
- Suspense
- Dibujos animados
- Películas anime
- Otros, Cuáles:

¿Cómo elige las películas que ve? Respuesta Múltiple

- Contenido y argumento
- Recomendaciones
- Publicidad en TV
- Publicidad en radio
- Publicidad en Internet
- Publicidad en diario
- Publicidad en carteles de la calle
- Publicidad en cine
- Por los actores
- Por el director del filme
- Por el país de origen
- Por la crítica
- La eligen mis padres
- Otros, Cuáles:

Cuando va al cine ¿Está acompañado/a por alguien? Respuesta Simple

- Siempre
- A veces
- Nunca

Si está acompañado/a ¿Con quién asistió al cine en los últimos 12 meses? Respuesta

Múltiple

Padres/Hermanos ()

Maestros ()

Amigos ()

Otros familiares ()

Otros, Cuáles:.....

¿En general, ve películas ecuatorianas? Respuesta Simple

Nada ()

Un Poco ()

Bastante ()

¿Por qué ve películas ecuatorianas? Respuesta Simple

Me gustan ()

Hablan de nuestro país ()

Los actores son conocidos ()

Otras, cuáles:

¿Habla de las películas que ve con alguien? SI o NO ¿Con quién? Respuesta Múltiple

Padres/Hermanos ()

Maestros ()

Amigos ()

Otros familiares ()

Con nadie ()

Otros, Cuáles:.....

¿Qué es lo que más valora del cine? Respuesta múltiple (3 opciones)

Me Informa ()

Me acompaña ()

Entretiene y divierte ()

Aprendo ()

Otros, cuáles:

MODULO 3: VIDEO/ DVD

¿Tiene DVD player en su casa? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

¿Tiene Internet en su casa? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

¿Cuántas películas en video / DVD o Internet ve por mes? Respuesta Simple

8 o más ()

4 o más ()

2 ó 3 ()

1 ()

Nunca veo películas ()

¿Cuál fue la película de video / DVD o Internet que más le gustó entre las que vio en los últimos 12 meses? Respuesta Espontánea

.....

¿Por qué le gustó más? Respuesta Espontánea

Actores ()

Trama ()

Efectos visuales ()

Lugar donde se grabó ()

Banda sonora ()

¿Qué tipo de películas ve en video / DVD o Internet? Respuesta Múltiple

Drama ()

Acción/Aventuras ()

Ciencia ficción ()

Comedia ()

Romántica ()

Fantástica ()

Documental ()

- Histórica ()
- Terror ()
- Suspense ()
- Dibujos animados ()
- Películas anime ()
- Otros, Cuáles:

Quando ve una película en video / DVD o Internet dentro o fuera de su hogar ¿Está acompañado/a por alguien? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- No ()

Si está acompañado/a ¿por quién? Respuesta Múltiple

- Padres/Hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Con nadie ()
- Otros, Cuáles:.....

¿Las películas que compra son originales? Respuesta Múltiple

- Sí ()
- No ()

¿Habla de las películas que ve en video / DVD o Internet con alguien? Respuesta Múltiple

- Padres/Hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Con nadie ()
- Otros, Cuáles:.....

¿Se reunió alguna vez con amigos/as, en su casa o en la de sus amigos/as específicamente para ver películas en video / DVD o Internet? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

¿Ve videos en el colegio? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

MÓDULO 4: COMPUTADORAS

¿Tiene computadora en su casa? (Respuesta Simple)

- Sí ()
- No ()

Si no hay computadora en su casa ¿Cuál es el motivo? Respuesta Múltiple

- No me interesa ()
- No la necesito ()
- No sé para qué podría servirme ()
- No podemos pagarla ()
- Mis padres no saben para qué podría servir ()
- Mis padres no quieren que tenga una computadora ()
- Otros, Cuáles:

(PASAR A P.5)

Si hay computadora en su casa ¿Cuántas computadoras hay? Respuesta Simple

- Dos o más ()
- Una ()

¿Hay computadora/s en su colegio? Respuesta Simple

- Sí ()
- No ()

¿Existe conexión a Internet en su colegio? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

¿Su colegio tiene página Web? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

No sé ()

¿Aprendió a usar la computadora / Internet?

Si ()

No ()

¿Cómo aprendió? Respuesta Múltiple

En la escuela/colegio ()

En un instituto ()

Con mi familia ()

Con mis amigos ()

Solo ()

Otros, Cuáles:

Si no usa la computadora, ni Internet ¿cuál es el motivo? Respuesta Múltiple

No me interesa ()

No tengo tiempo ()

No sé cómo usar Internet/ la computadora. Nunca aprendí()

No sé para qué podría servirme ()

No podemos pagarlo ()

Mis padres no saben para qué podría servir ()

Mis padres no quieren que use Internet ()

Otros, Cuáles:

¿Dónde usa la computadora y/o Internet? Respuesta Múltiple

Casa ()

Colegio ()

Casa de amigos ()

Casa de familiares ()

- Biblioteca
- Cybercafe
- Otros, Cuáles:

¿Cuánto tiempo por semana usa la computadora? Respuesta Múltiple

- Más de 6 horas por día
- 5 a 4 horas por día
- 3 a 2 horas por día
- 1 hora por día
- Menos de una hora por día

¿Qué herramientas digitales utiliza para la presentación de sus trabajos?

- Power Point
- Prezi
- Slideshare
- Otros, Cuáles:.....

¿Tiene Internet en su casa? Respuesta Simple

- Sí
- No

¿Qué dispositivos utiliza para conectarte a Internet?

- Teléfonos móviles
- Tablets
- Smart tv
- Otros, Cuáles:
- Ninguno

¿Desde qué lugar accede a Internet?

- Casa
- Colegio
- Cybercafe
- Otros, Cuáles:

¿En general, en qué momento del día se conecta a Internet? Respuesta Múltiple

- Mañana
- Tarde

- Noche ()
- Después de las 10 de la noche ()

Cada vez que usa Internet ¿Cuánto tiempo está conectado/a? Respuesta Simple

- Más de 6 horas por día ()
- 5 a 4 horas por día ()
- 3 a 2 horas por día ()
- 1 hora por día ()
- Menos de una hora por día ()

¿Qué actividades realiza en la computadora/ Internet? Respuesta Múltiple

ACTIVIDADES SIN CONEXIÓN A INTERNET

- Juego ()
- Uso los programas de Office para hacer tareas (Word/ Excel/ PowerPoint, etc.) ()

ACTIVIDADES CON CONEXIÓN A INTERNET

- Juego en red ()
- Navego por Internet ()
- Chateo ()
- Envío/ leo/recibo correos electrónicos ()
- Busco información para mí ()
- Hago la tarea del colegio ()
- Veo/ bajo imágenes ()
- Bajo o escucho música ()
- Bajo o veo películas ()
- Crear una página Web propia ()
- Comprar o vender cosas ()
- Otras, Cuáles:.....

Lee o sigue con regularidad los siguientes recursos:

- Blogs ()
- Libros ()
- Revistas ()
- Diarios ()
- Foros ()
- Otros, Cuáles:

Mientras usa la computadora/ Internet ¿Hace alguna otra cosa? Respuesta Múltiple

- Veo televisión ()
- Hago la tarea para el colegio ()
- Uso el teléfono/celular ()
- Leo ()
- Escucho la radio ()
- Escucho música ()
- Solamente uso la computadora/ Internet ()
- Otros, Cuáles:

¿En general, está acompañado /a cuando usa Internet? Respuesta Múltiple

- Padres/Hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Con nadie ()
- Otros, Cuáles:.....

En general ¿habla con alguien de lo que ve y hace en Internet? Respuesta Múltiple

- Padres/Hermanos ()
- Maestros ()
- Amigos ()
- Otros familiares ()
- Con nadie ()
- Otros, Cuáles:.....

¿Se reunió alguna vez con amigos/as, en su casa o en la de sus amigos/as, específicamente para usar la computadora? Respuesta Simple

- Siempre ()
- A veces ()
- Nunca ()

¿Qué cosas hace en la computadora/ Internet cuando se reúne en su casa o en la de sus amigos/as? Respuesta Múltiple

ACTIVIDADES SIN CONEXIÓN A INTERNET

- Jugar ()
- Utilizar programas de Office para tareas (Word/ Excel/PowerPoint, etc.) ()

ACTIVIDADES CON CONEXIÓN A INTERNET

- Jugar en red ()
- Navegar por Internet ()
- Chatear ()
- Enviar/leer/recibir correos electrónicos ()
- Buscar información para mí ()
- Hacer la tarea ()
- Ver/ bajar imágenes ()
- Bajar o escuchar música ()
- Bajar o ver películas ()
- Crear una página Web propia ()
- Comprar o vender cosas ()
- Otras, Cuáles:

¿Con quién se comunica por Internet? Respuesta Múltiple

- Padres/ hermanos ()
- Amigos/compañeros ()
- Gente que no conozco ()
- No me comunico con nadie por Internet()
- Otros, Cuáles:

¿En general, encuentras lo que buscas en Internet? Respuesta Simple

- Sí, porque Internet tiene todo ()
- No, porque Internet no tiene todo ()
- No, porque a veces no sé cómo buscar ()
- Otros, Cuáles:

¿Cuál es la página Web que más visitó en los últimos 12 meses? Respuesta

Espontánea

.....

¿Qué cosas le preocupan más de Internet? Respuesta Múltiple

- Encontrarme con sitios y páginas Web que no debería ver ()
- Que gente peligrosa se comuniquen conmigo ()
- Comunicarme con gente que no conozco y que pueda ser peligrosa ()
- Creer todo lo que me dicen ()
- Creer una información que no es verdadera ()
- No me preocupa nada porque sé como manejarme ()
- No sé ()
- Otros, Cuáles:

¿Quién en su familia sabe más sobre computadoras y cómo usarlas? Respuesta Simple

- Yo ()
- Mi papá ()
- Mi mamá ()
- Mis hermanos ()
- Otros familiares ()
- No hay diferencia, todos sabemos lo mismo ()

¿Qué es lo que más valora de saber usar la computadora? Respuesta Simple

- Me ayuda con mis estudios ()
- No voy a estar más atrasado/a que los demás ()
- Me entretiene y divierte ()
- Puedo usar Internet ()
- Voy a conseguir mejores trabajos ()
- Otros, Cuáles:

¿Qué es lo que más valora de Internet? Respuesta Simple

- Me comunico con mis amigos ()
- Informa ()
- Acompaña ()
- Entretiene y divierte ()
- Enseña ()
- Hablar con mis amigos de algunos temas ()
- Conocer gente nueva ()
- Bajar música/videos/películas ()

Investigar ()

Otros, Cuáles:

¿Cree que es más importante para los jóvenes saber usar computadora/Internet que para los padres? Respuesta Simple

Sí ()

No ()

MÓDULO 5: TIEMPO LIBRE

¿Practica o estudia alguna de las siguientes actividades? Respuesta Múltiple

Gimnasia ()

Instrumento musical ()

Pintura / Dibujo ()

Danza ()

Idioma ()

Teatro ()

Computación ()

Deporte ()

Otras, Cuáles:

De los objetos que figuran en esta lista y pensando solamente en aquellos que hay en su casa ¿Cuáles de ellos lamentarías si desaparecieran mañana? Respuesta Múltiple (3 opciones)

Radio ()

Televisión ()

Equipo de música para CD ()

Computadora ()

Tablet ()

DVD player ()

Cámara ()

Teléfono ()

Conexión a Internet ()

Filmadora ()

Teléfono celular ()

Videojuegos ()

I-pod ()

- MP3
- Ninguna de estas cosas
- Otros, Cuáles:

Imagínate un día divertido ¿qué tres cosas haces ese día? Respuesta Múltiple (3 opciones)

- Escuchar radio
- Hacer deporte
- Mirar televisión
- Escuchar música
- Ir al cine
- Leer
- Ir a un concierto
- Salir con amigos
- Mirar un video
- Usar la computadora
- Navegar por Internet
- Hablar por teléfono
- Practicar un instrumento musical()
- Jugar a los videojuegos
- Dormir
- Otros, Cuáles:

Imagínate un día aburrido ¿qué tres cosas haces ese día? Respuesta Múltiple (3 opciones)

- Escuchar radio
- Hacer deporte
- Mirar televisión
- Escuchar música
- Ir al cine
- Leer
- Ir a un concierto
- Salir con amigos
- Mirar un video
- Usar la computadora
- Navegar por Internet

- Hablar por teléfono ()
- Practicar un instrumento musical ()
- Jugar a los videojuegos ()
- Dormir ()
- Otros, Cuáles:

¿Tiene teléfono celular? Respuesta Simple

- Sí ()
- No () (Pasa a Módulo Generales)

¿Para qué usa el teléfono celular? Respuesta Simple

- Hablar con amigos ()
- Hablar de la tarea ()
- Comunicarme con mis padres ()
- Enviar y recibir mensajes de texto ()
- Bajar ringtones / música / imágenes ()
- Navegar por Internet ()
- Tomar fotos ()
- Chatear ()
- Redes sociales ()
- Otros, Cuáles:

MÓDULO 6: GENERALES

¿Por cuáles de estos temas está interesado/a y le preocupan más? Respuesta Múltiple

(3 opciones)

- Guerra ()
- Ecología ()
- Inseguridad / Delitos ()
- Música ()
- Deporte ()
- Arte ()
- Economía ()
- Desocupación /Trabajo ()
- Educación ()

- Computación / Internet ()
- Salud ()
- Política ()
- Ninguno ()
- Otros, Cuáles:

¿Habla de estos temas con alguien?

- Si ()
- No ()

¿Con quién? Respuesta Múltiple

- Mis amigos ()
- Mi familia ()
- Mis maestros ()
- No hablo de estos temas con nadie ()
- Otros, Cuáles:

¿Alguna vez... Respuesta Múltiple

- ¿Escribió una carta al correo de lectores de un diario? ()
- ¿Se comunicó con un programa radial? ()
- ¿Le escribió o llamó a una persona pública por un tema que te preocupa? ()
- ¿Participó en la revista/ programa de radio / programa de TV / página Web de su colegio? ()
- ¿Tuvo alguna otra participación en/ con medios? ¿Cuál? ()
- No, nunca participé de ninguna actividad ()
- No me acuerdo / No sé ()

Si tuvo alguna participación en medios, ¿Cuál fue su participación en medios?

.....

Si una misma información la cuentan diferentes medios de distinta manera ¿a quién le parece que la gente debería creerle más? Respuesta Simple

- Al diario ()
- A la revista ()
- A la radio ()
- A la televisión ()
- A Internet ()
- Otro, Cuál:

¿Qué piensa hacer cuando termine el colegio? Respuesta Simple

- Seguir estudiando ()
- Trabajar solamente ()
- Estudiar y trabajar ()
- Tomarme un tiempo sin estudiar ni trabajar ()
- No sé si voy a terminar el colegio ()
- No sé lo que voy a hacer ()
- Otro, Cuál:

Anexo. Criterios de valoración del cuestionario

Cuestionario sobre competencia mediática de alumnos.	Lenguaje	Tecnología	Recepción e interacción	Producción y difusión	Ideología y Valores	Estética
Pregunta 6						
Pregunta 6.1						
Pregunta 7						
Pregunta 8						
Pregunta 9						
Pregunta						

9.1						
Pregunta 10						
Pregunta 11						
Pregunta 12						
Pregunta 12.1						
Pregunta 13						
Pregunta 13.1						
Pregunta 14						
Pregunta 15						
Pregunta 16						
Pregunta 17						
Pregunta 18						
Pregunta 19						
Pregunta 20						
Pregunta 21						
Pregunta 22						
Pregunta 23						
23.1						
Pregunta 24						
25						
26						
27						
27.1						
28						
28.1						

29						
29.1						
29.2						
29.3						
30						
31						
31.1						

Tabla de justificación, puntuación y nivel de dominio de las distintas preguntas del cuestionario.

Pregunta	Justificación	Puntuación	Nivel de dominio	Opciones de Respuesta
6.-Cuál es el navegador que más utilizas	Tecnología-análisis Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.	Depende del cruce con la siguiente pregunta		1. Internet Explorer 2.Safari 3. Firefox 4. Google Chrome 5. En caso de ninguno de los anteriores escribe cuál
6.1.- Señala la razón principal por la que lo utilizas.	Tecnología - análisis Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.	Respuestas 3,4, 5 y 6= 2 puntos Respuestas 2 y 7= 1 punto Respuesta 1 = 0 puntos	2. El alumno domina las características y herramientas del motor de búsqueda. 1. El alumnado conoce la herramienta que usa en sus búsquedas y sus características. 0. El alumnado no conoce las características de su buscador ni ha tenido capacidad de decisión sobre éste.	1. Es el que venía pre-instalado en mi ordenador. 2. Es el que conozco. 3.Debido a sus características creo que es el más adecuado. 4. Es más intuitivo. 5. Es más rápido. 6. Es más seguro. 7. Por el diseño que presenta. 8. Otro
7. ¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?	Tecnología Análisis: Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet. Ideología y valores: Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.	Respuesta 1 = 0 puntos Respuesta 2= 2 puntos	0. El alumno es capaz de realizar una búsqueda de manera adecuada aunque carece de una planificación previa 2. El alumno es capaz de realizar una búsqueda eficazmente.	1. Escribo todas las palabras de la consulta en un buscador del tipo Google, ojeo los primeros resultados que me ofrece y selecciono el que creo más conveniente. 2. Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos y las herramientas disponibles, escojo los términos o palabras claves, evitando ambigüedades; utilizo más de una herramienta de búsqueda y finalmente comparo y evalúo la información hallada para seleccionar la que más se adapte a mis objetivos.

<p>8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?</p>	<p>Ideología y valores – análisis Habilidad para buscar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.</p>	<p>Respuestas 5 y 6 = 2 puntos Respuestas 2 y 4 = 1 punto Respuestas 1, 3 y 7 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumnado identifica los conceptos más relevantes para la búsqueda incluyendo operadores booleanos. 1. El alumno identifica los conceptos relacionados con la búsqueda. 0. El alumnado no identifica los conceptos más relevantes de la búsqueda y/o utiliza artículos, preposiciones y otras palabras irrelevantes en la búsqueda.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum" 2. Etapas literarias Jorge Enrique Adoum 3. Obra Jorge Enrique Adoum 4. Jorge Enrique Adoum Literatura 5. Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum 6. Etapas " Jorge Enrique Adoum " 7. Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum
<p>9. Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Jorge Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos. Ten cuidado de no repetir ningún número.</p>	<p>Ideología y valores - análisis Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.</p>	<p>Respuestas 5 y 3 = 2 puntos Respuestas 1 = 1 punto Respuestas 4 y 2 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno sabe reconocer la fiabilidad de la información por las características de la Web. 1. El alumno identifica en la Web algún rasgo de fiabilidad. 0. El alumno no sabe cómo evaluar la fiabilidad de una Web.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wikipedia 2. Monografías.com 3. Diccionario Bibliográfico 4. Rincón del Vago 5. Ecuador Literatura
<p>9.1 ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?</p>	<p>Ideología y valores - análisis Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.</p>	<p>Respuestas 2 y 4 = 2 puntos Respuesta 3, 5 y 6 = 1 punto Respuesta 1 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno sabe evaluar la calidad de la información y la confiabilidad de las fuentes. 1. El alumno conoce alguno de los elementos que hay que tener en cuenta en la evaluación de la información. 0. El alumno no sabe cómo evaluar la calidad de la información en sus búsquedas en Internet.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El diseño de la página. 2. Aparecen los nombres de los creadores y son personas o entidades reconocidas en el tema. 3. Tiene fecha de creación y actualización. 4. En la página aparecen todas las referencias de donde se ha tomado la información. 5. El título corresponde exactamente con lo que estaba buscando. 6. La información de la página proviene de una fuente confiable.

<p>10. Señala si conoces cómo:</p>	<p>Tecnología : Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi- modal y multimedial, y se desenvuelva eficazmente en entornos mediáticos.</p>	<p>Si la respuesta es SI: 2 Si la respuesta es NO: 0</p>	<p>2. El alumno conoce como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas. 0. El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.</p>	
<p>11. Señala si has realizado alguna de estas actividades</p>	<p>Tecnología – análisis: Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi- modal y multimedial, y se desenvuelva eficazmente en entornos mediáticos</p>	<p>Respuesta 1= 1 punto Respuesta 2= 2 puntos Respuesta 3= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno maneja con eficacia y frecuencia las nuevas herramientas tecnológicas. 1. El alumno conoce las herramientas tecnológicas pero no las maneja con frecuencia. 0. El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.</p>	<p>1. Alguna Vez 2. Con frecuencia 0. Nunca</p>
<p>12. ¿Qué red social utilizas más?</p>	<p>Tecnología-análisis Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi-modal y multimedial. Interacción – Expresión Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plata- formas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.</p>	<p>Dependiendo de el número de opciones que escoja.</p>	<p>2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades. 1. El Alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje. 0. El alumno no conoce ni utiliza ninguna herramienta.</p>	

12.1 Utilizas las redes sociales para:	<p>Tecnología-análisis Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi-modal y multimedial.</p> <p>Interacción – Expresión Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plata- formas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.</p>	<p>Opción 1 y 2 = 2 Opción 3 = 1 Opción 4 = 0</p>	<p>2. El alumno aprovecha las herramientas para comunicarse e informarse. 1. El alumno utiliza las herramientas para ocio. 0. El alumno no utiliza adecuadamente las herramientas.</p>	<p>1. Estar en contacto con amigos, chatea 2. Para informarte y compartir contenido 3. Para jugar 4. Para difundir información personal y confidencial</p>
13. ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONGs, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de éstas?	<p>Recepción e interacción - expresión Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno</p> <p>Ideología y valores - expresión Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la</p>	<p>Respuesta 1= 2 Respuesta 2 y 3= 0</p>	<p>2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios. 0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios.</p>	<p>1. Sí 2. No 3. Nos/Noc</p>

	cultura y en la sociedad			
13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?	<p>Recepción e interacción - expresión Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno</p> <p>Ideología y valores - expresión Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.</p>	<p>Respuestas 2, 4 =2 Respuestas 1, 3 = 1 Respuesta 5= 0</p>	<p>2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios. 1. El alumno no participa tan activamente en la sociedad a través de los medios. 0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios.</p>	<p>1. Difundiendo a través de las redes sociales informaciones relevantes sobre los derechos de las personas. 2. A través de la participación activa en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos. 3. Colaborando con ONGs 4. Haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos través de correos electrónicos o redes sociales. 5. No participo. 6. Otro:</p>
14. Lea atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.	<p>Tecnología- análisis Identificar los conocimientos que tienen sobre diferentes tecnologías.</p>	<p>8-6 relaciones correctas = 2 puntos 5-3 relaciones correctas = 1 punto 2-0 relaciones correctas = 0 puntos</p>	<p>2: Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas 1: Conoce suficientemente 0: no conoce las diferentes herramientas tecnológicas.</p>	<p>1. Radio difusión de noticias y eventos en formato sonoro, descargable de sitios Web.=Podcast 2. Lente o conjunto de lentes que permite ver las imágenes en la medida y en las características que se quiere = Objetivo 3. Sitio Web que permite a los usuarios subir, ver y compartir videos. = YouTube 4. Parte de un sistema o una red que esta diseñada para bloquear el acceso no autorizado, permitiendo al mismo tiempo comunicaciones autorizadas. = Firewall 5. Conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador.=Software</p>

				<p>6. Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.=</p> <p>Tableta Gráfica</p> <p>7. Programa gratuito basado en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo. = Google Docs</p> <p>8. Programa de música que da acceso a millones de canciones. = Itunes</p>
<p>15. ¿Comprendes la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentras en los medios?</p>	<p>Lenguaje-análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>No= 0 puntos En algunos casos=1 puntos Sí = 2 puntos</p>	<p>2: Comprende bien los códigos 1: Comprende mínimamente los códigos 0: No comprende los diversos códigos</p>	
<p>16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en el siguiente fragmento de la película? Puedes escoger más de una opción de respuesta.</p>	<p>Lenguaje-análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje. Estética – análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p>	<p>Respuestas 1, 3 y 4 =2 puntos Respuestas 2 = 1 punto Respuesta 5= 0 puntos</p>	<p>2. El alumno es capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática. 1. El alumno es capaz de identificar alguno de los lenguajes involucrados en la comunicación. 0. El alumno no es capaz de identificar los lenguajes de la comunicación mediática.</p>	<p>1. Se utilizan los primeros planos de Amelie para reflejar su estado sentimental. 2. Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal. 3. La música, en este fragmento, cumple la función de potenciar aquellas emociones que no son capaces de expresar por sí solas las imágenes. 4. La cámara subjetiva, cuando vemos a través de la mirada de Amelie hacia las cortinas de la puerta, se utiliza para dar mayor dramatismo a la escena. 5. La música sirve, en este fragmento de película, para ambientar la época y el lugar en que transcurre la acción.</p>
<p>17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una</p>	<p>Procesos de producción y difusión Conocimiento del papel de</p>	<p>8-6 relaciones correctas = 2 puntos 5-3 relaciones correctas =</p>	<p>2. El alumno conoce bien las profesiones expuestas 1. El alumno conoce</p>	<p>1. Es el encargado de recolectar información sobre temas de moda o tendencias, principalmente a través de</p>

de las definiciones	los profesionales de la producción mediática.	1 punto 2-0 relaciones correctas = 0 puntos	suficientemente 0. El alumno no conoce las distintas profesiones.	Internet. = Cazador de Tendencias 2. Es el encargado de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet. = Community Manager 3. Es el encargado de grabar las escenas y maneja la cámara.= Camarógrafo 4. Escribe con detalle el contenido de un documento audiovisual para su realización.= Guionista 5. Es el encargado de programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos. = Web Master 6. Es el encargado de programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos = Editor
18. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación?	Recepción e interacción - expresión Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.	Respuesta 1 = 2 puntos Respuesta 2 = 0 puntos Respuesta 3 = 1 puntos	2. El alumno tiene responsabilidad social y sabe cómo ejercerla. 1. El alumno tiene responsabilidad social pero no sabe cómo ejercerla. 0 El alumno no tiene responsabilidad social.	1. Sí 2. No 3. Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme
19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de ...	Ideología y valores - análisis Conocer la capacidad crítica de los alumnos en relación a los medios. Y además completa a la respuesta anterior en el conocimiento sobre la responsabilidad social de éstos.	Respuesta 5,6,8 = 2 puntos. Respuesta 1,2 ,7 = 1 punto. Respuesta 3, 4= 0 puntos.	2. El alumno tiene capacidad crítica en la recepción de los medios. 1. El alumno es crítico sólo ante determinados medios o en situaciones concretas. 0. El alumno no posee actitud crítica frente a la recepción mediática.	1. Programas concretos de la televisión privada. 2. Programas concretos de la televisión pública. 3. La programación completa de cadenas privadas. 4. La programación completa de cadenas públicas. 5. La privacidad en las redes sociales. 6. La vulnerabilidad de los datos en Internet.

				<p>7. Algunas cadenas de radio.</p> <p>8. El acceso a páginas con limitación de edad.</p> <p>9. Otro</p>
<p>20. ¿Decides por ti mismo qué ves?</p>	<p>Recepción e interacción - análisis Capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.</p>	<p>Respuestas 1 y 3 = 2 puntos Respuesta 2, 5 = 1 punto Respuesta 4 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno tiene capacidad de decisión sobre qué ve. 1. El alumno decide algunas veces sobre qué ve. 0. El alumno no tiene capacidad de decisión sobre lo que ve.</p>	<p>1. Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta. 2. Sí, dispongo de televisión en el cuarto. 3. Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa. 4. No, mis padres o hermanos mayores deciden qué se ve en la televisión. 5. Solo algunas veces</p>
<p>21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?</p>	<p>Ideología y valores. Análisis Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.</p>	<p>Respuestas 1,4 =2puntos Respuestas 3, 6 y = 1 puntos Respuestas 2,5, 7 y 8 = 0 puntos</p>	<p>2. Actúa con capacidad crítica y adecuada escala de valores 1. Tiene una noción básica para detectar las intenciones o intereses que subyacen en las producciones cinematográficas 0. Actúa sin capacidad crítica ante las producciones cinematográficas</p>	<p>1. La crítica especializada. 2. Es una película taquillera o un programa con mucha audiencia. 3. Todo el mundo habla sobre dicho programa o película. 4. Aprendo con ese tipo de programas. 5. Es entretenido y me ayuda a distraerme. 6. Aparece publicado y compartido o retuiteado por muchas personas en mis redes sociales. 7. No me he parado a pensarlo, siempre he visto ese programa. 8. Me gusta el presentador o los actores. 9. Otro:</p>
<p>22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.</p>	<p>Estética – análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p>	<p>Seis respuestas = 2 puntos. Cuatro respuestas= 1 Ninguna respuesta = 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno conoce las características básicas para definir la calidad de una imagen. 1. El Alumno conoce medianamente las características para definir la calidad de una imagen. 0. El alumno no conoce las</p>	<p>Respuestas correctas (Sí): 1. Falta nitidez en el color 3. La imagen está situada algo a la izquierda. 5. Es en blanco y negro. 6. Está pixelada. 7. Tiene ruido.</p>

			características básicas para definir una imagen de calidad.	9. El fondo tiene varios objetos.
23. ¿Has editado o trabajado con programas de computador imágenes, vídeos o audios?	Lenguaje - expresión Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación. Tecnología- Expresión Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y mul- timodal.	Respuesta 1 = 2 punto Respuestas 2 y 3 = 0 puntos	1. El alumno trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos. 0. El alumno no trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	1. Sí 2. No 3. No sé
23.1 De todas estas herramientas de edición ¿cuál o cuáles has utilizado?	Lenguaje - expresión Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación. Tecnología- Expresión Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y mul- timodal.	Respuestas 2, 5, 6, 7, 8 = 2 puntos Respuesta 1, 4 = 1 punto Respuestas 3 y 9 = 0 puntos	2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades. 1. El alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje. 0. El alumno no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje.	1. PhotoShop 2. Final Cut Pro 3. Paint 4. Movie Maker 5. Adobe Audition 6. Adobe Premiere 7. Sony Vega 8. Adobe After Effects 9. No he utilizado ninguna
24. Elabora con 5 imágenes una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y añadir 4 imágenes más.	Producción – expresión Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados. Lenguaje - expresión Conocer la capacidad de los alumnos para construir una	Secuencia: 1, 5, 4, 2, 7 = 1 punto Otro orden = 0 puntos	1. El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente. 0. El alumno tiene algún error de continuidad al construir una secuencia visual.	

	secuencia visual.			
25. Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.	Producción y difusión-expresión Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal	Combinaciones 4 coincidencias = 2 puntos 3 coincidencias = 1 punto Menos de 3 = 0 puntos	2. El alumno conoce todos los pasos a seguir en el proceso de producción. 1. El alumno conoce la mayoría de los pasos a seguir en el proceso de producción. 0. El alumno no conoce el proceso de producción en su mayor parte.	Orden Correcto 1. Escribir guión. 2. Buscar locaciones. 3. Hacer casting. 4. Grabar escenas. 5. Edición de video. 6. Insertar música. 7. Insertar los créditos.
26 ¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?	Interacción- Expresión Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones. Ideología y valores-expresión Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.	Respuesta 1= 2 puntos. Respuesta 2 y 3= 0 puntos	2. El estudiante conoce y respeta los derechos de autor y los utiliza de manera adecuada la licencia creative commons. 0. El alumno no respeta ni utiliza las licencias creative commons.	1. Sí 2. No 3. No sé lo que significa
27. nombre y describe un anuncio que recuerdes.	Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.			
27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?	Ideología y valores – análisis Capacidad de descubrir la manera como las representaciones mediáticas estructuran nuestra	Respuestas 3, 6: 2 puntos Respuestas 1, 5: 1 punto Respuestas 2 , 4 = 0 puntos	2. Es capaz de identificar claramente los aspectos de la publicidad que más le influyen. 1. Identifica algunos aspectos que tienen menos peso. 0. No es capaz de reconocerlos	1. Por el producto que anuncia. 2. Música pegadiza. 3. Calidad visual, imágenes, colores... 4. El/la modelo que aparece. 5. La historia que cuenta. 6. Describe muy bien el producto.

	percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.			7. Otro:
28. ¿Cuál de las siguientes páginas que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?	En esta pregunta , los dos anuncios tiene elementos estéticamente remarcables. Es necesaria para la respuesta siguiente.			Imagen Correcta Imagen B
28.1 ¿ Por qué has escogido esa página?	Estética- análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.	Respuestas 2, 3 y 5=2 puntos Respuestas 1,4 y 6= 1 punto Respuestas 7 =0 puntos	2. El alumno es capaz de reconocer las características estéticas que destacan en la página. 1. El alumno es capaz de reconocer alguna de las características estéticas que destacan en la página. 0. El alumno no identifica los rasgos estéticos.	Respuestas Correctas 1. El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos. 2. Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano. 3. Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento. 4. La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar contenidos importantes. 5. El color de fondo y la fuente facilitan la lectura. 6. Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo. 7. El elemento principal está en segundo plano. 8. Otro:
29. Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite.	Recepción e interacción – análisis Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia	Respuestas 2 o 3 = 2 puntos Respuestas 1 o 4 = 0 puntos	2. El alumno es capaz de identificar las sensaciones que le transmite la publicidad al recibirla. 0. El alumno no es capaz de identificar las sensaciones que le	1.La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas. 2. Sensación de poder. 3. Con la PlayStation puedo hacer

	de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas. Ideología y valores - análisis Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.		trasmite la publicidad.	cualquier cosa. 4. No transmite nada
29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?	Recepción e interacción - análisis Capacidad de reconocer la influencia que tienen los medios sobre.. nosotros.	Respuesta 1= 1 punto Respuesta 2= 2 puntos Respuesta 3= 0 puntos	Revisar Criterios Colombia	1. Sí 2. Tal vez 3. No
29.2 ¿Puede influir en otras personas?	Recepción e interacción - análisis Junto con la pregunta anterior, demostrar el principio de la ilusión de la invulnerabilidad.	En la 29.1 responde NO y en ésta SÍ =2 puntos En la 29.1 responde SÍ y en ésta SÍ = 1 punto	2. El alumno cree que el anuncio convence a otros pero no a él. 1. Cree que el anuncio convence a todos por igual	1. Sí 2. No
29.3 ¿Por qué les influye?	Recepción e interacción - análisis Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión,	Respuesta 1 y 3 =2puntos Respuesta 2 = 1 punto Respuesta 4 y 5 = 0 puntos	2. El alumno reconoce que el anuncio recurre principalmente a los argumentos, pero también a las emociones. 1. El alumno reconoce medianamente que el anuncio	1. Por los argumentos 2. Por las emociones 3. Por los argumentos y las emociones 4. No les influye 5. No sé

	entre emotividad y racionalidad.		recurre principalmente a las emociones. 0. El alumno no es capaz de reconocer la utilización que hace el anuncio de las emociones.	
30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento del un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.	Recepción e interacción – análisis. Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad. Ideología y valores - análisis Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes	Respuesta 1 = 1 punto Respuesta 2 y 3 = 0 puntos	1. El alumno es capaz de discernir entre un mensaje que apela a las emociones y un mensaje que recurre a los argumentos. 0. El Alumno no reconoce un mensaje emotivo ni un mensaje que recurre a los argumentos.	1. De acuerdo 2. En desacuerdo 3. No sé
31.Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente.	Recepción e interacción- expresión Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.	Respuesta 1 = 2 puntos Respuesta 2 y 3= 0 puntos	2. El alumno conoce reacciona y conoce posibilidades de reclamo ante contenido inconveniente. 0. El Alumno no conoce posibilidades de reclamo ni reacciona ante contenido inconveniente.	1.Sí 2. No 3. No sé
31.1 ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?	Recepción interacción – expresión. Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como	Respuesta 1= 2 puntos Respuesta 2= 0 puntos.	2. El alumno conoce y participa activamente con las instituciones responsables. 0. El alumno no conoce ni participa con las instituciones	1. Sí 2. No

	oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.		responsables.	
--	--	--	---------------	--

Combinaciones:

Las combinaciones específicas son las preguntas de los conceptos (preguntas 14y17) y la de ordenar las imágenes (pregunta 24), las cuales ya están establecidas en los casilleros de cada pregunta de esta valoración.

Las combinaciones para el resto de preguntas es:

- Si tiene todas las respuestas correctas (que son las de 2puntos) = **2 Puntos**
- Si tiene 2 respuestas de 2 puntos y una de 1 punto = **2 Puntos**
- Si tiene 1 respuesta de 2 puntos y 2 respuestas de 1 punto = **1 Punto**
- Si tiene 2 respuestas de 1 punto y 1 respuesta de 0 puntos = **1 Punto**
- Si tiene 1 respuesta de 1 punto y 2 respuestas de 0 puntos = **0 puntos**
- Si tiene 1 respuesta de de 2 puntos, 1 de 1 punto y 1 de 0 puntos = **2 Puntos**

CRITERIOS DE VALORACIÓN DOCENTES

Cuestionario sobre Competencias Mediáticas

1. Tabla de las dimensiones presentes en las distintas preguntas del cuestionario

	Lenguaje	Tecnología	Recepción e interacción	Producción y difusión	Ideología y Valores	Estética
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						

TABLA DE JUSTIFICACIÓN, PUNTUACIÓN Y NIVEL DE DOMINIO

Combinaciones para preguntas de respuesta múltiple:

- Si tiene todas las respuestas correctas (que son las de 2puntos) = **2 Puntos**
- Si tiene 2 respuestas de 2 puntos y una de 1 punto = **2 Puntos**
- Si tiene 1 respuesta de 2 puntos y 2 respuestas de 1 punto = **1 Punto**
- Si tiene 2 respuestas de 1 punto y 1 respuesta de 0 puntos = **1 Punto**
- Si tiene 1 respuesta de 1 punto y 2 respuestas de 0 puntos = **0 puntos**
- Si tiene 1 respuesta de 2 puntos, 1 de 1 punto y 1 de 0 puntos = **2 Puntos**

2. Análisis de valoración a las 45 preguntas señaladas en el cuestionario de docentes, (Loja-Ecuador).

PREGUNTA	JUSTIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	NIVEL DE DOMINIO
9. ¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuentas en su institución educativa?	Tecnología-análisis Conocer con qué recursos cuenta la institución educativa para impartir conocimientos a sus estudiantes	Rta 6 = 0 pto Rta 1 y 3 = 1 pto Rta 2, 4 y 5 = 2 ptos	0. La institución no cuenta con ninguna herramienta tecnológica 1. Posee recursos básicos. 2. Cuenta con recursos de alta tecnológica.
¿Una tablet permite almacenar, procesar la información y acceder a Internet?	Tecnología – Análisis Capacidad de manejo de los dispositivos y las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.	Rta 3 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 1 = 2 ptos	0. No posee el conocimiento para identificar. 1. Posee un criterio errado en cuanto a la función del dispositivo. 2. Maneja perfectamente los conocimientos y funciones de la herramienta
Google, Safari, Bing o Yahoo!... ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?	Tecnología- expresión Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.	Rta 3 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 1 = 2 ptos	0. El profesor no sabe distinguir las herramientas o navegadores. 1. No puede distinguir los navegadores. 2. Conoce perfectamente los navegadores y los maneja bien.
12. ¿Usar el GPS en la telefonía móvil permite la localización exacta de su ubicación?	Tecnología -análisis Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.	Rta 3 = 0 pto Rta 2 = 0 pto Rta 1 = 2 ptos	0. No Comprende la herramienta, no sabe de la existencia de esa herramienta. 2. Comprende bien la herramienta tecnológica y sus funciones.
¿Posee un smart phone?	Tecnología - análisis Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.		
¿Para qué utiliza un Smart Phone ?	Tecnología – análisis Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.	Rta: 1 = 0 pts Rta: 2 = 1pt Rta: 3 y 4 = 2 pts	0. Realiza solo las funciones básicas de la herramienta. 1. Utiliza algunas funciones. 2. Aprovecha todas las funciones de la herramienta.
15. Los recursos educativos que utilizo	Tecnología – análisis	Opciones: a,b,c,y d : 1 punto	1. El docente utiliza las herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza.

con mis alumnos son:	Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedia.	Opciones: f,g,h,i,j: 2 puntos	2. El docente utiliza nuevas tecnologías como herramientas de aprendizaje.
16. Conozco las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa.	Tecnología - Análisis Compresión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.	Rta: 1 = 2 pts Rta: 2 = 0 pts	0. El docente no reconoce las herramientas de control de contenidos. 2.El docente es capaz de identificar las herramientas para el control de los contenidos.
Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos.	Tecnología - análisis Compresión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.	Rta 1 = 2 pto Rta 2 y 3 = 0 pto	0. El docente no conoce del programa. 2. El docente identifica el programa informático.
18. ¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (photoshop, paint, etc.)?	Tecnología - análisis Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construye las representaciones de la realidad.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 pts	0. No es capaz. 1. Tiene conocimientos mínimos. 2. Conoce y utiliza la herramienta para manipular imágenes.
En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿Distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, informal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor?	Lenguaje - análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 pts	0. No detecta ni conoce. 1. La interpretación de los códigos y registros es escasa. 2. Interpreta y valora perfectamente los códigos de los medios.
¿Es capaz de comunicarse a través de	Lenguaje - análisis Capacidad de analizar y de valorar los	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto	0. El profesor no posee la capacidad para transmitir a través de los medios según el contexto.

<p>los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?</p>	<p>mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.</p>	<p>Rta 3 = 2 pts</p>	<p>1. No cuenta con la capacidad suficiente. 2. Sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.</p>
<p>Se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo.</p>	<p>Lenguaje – análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>Respuestas 1 : 0 puntos Respuestas 2: 1 punto Respuestas 3: 2 puntos</p>	<p>0. No se interesa, no aplica un lenguaje apropiado para mejorar el proceso educativo. 1. No se interesa, no aplica un lenguaje apropiado para mejorar el proceso educativo. 2. Cumple y se preocupa de manera eficiente por la educación y comprensión de sus alumnos.</p>
<p>En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal.</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, colectivos y asociaciones, cumplir y tener una actitud responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 1= 2 Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>0. Desconoce si existe un sistema de regulación. 2. Conoce la existencia del sistema de regulación.</p>
<p>Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿Disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos?</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>0. Desconoce el tema 2. Conoce las normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos.</p>
<p>¿Existe alguna asociación u organismo</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p>	<p>0. Desconoce el tema</p>

<p>nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?</p>	<p>regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>2. Conoce los derechos que tiene al ser agredido por un medio de comunicación.</p>
<p>En nuestro país, ¿Existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>0. Desconoce el tema. 2. Conoce la existencia del organismo de regulación.</p>
<p>¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?</p>	<p>Producción y difusión- análisis Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto Rta 2 = 0 pto</p>	<p>0. Desconoce cómo manejar la privacidad de las redes sociales. 2. Maneja con responsabilidad los permisos de las redes sociales.</p>
<p>¿Creative Commons es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?</p>	<p>Producción y difusión- análisis Saber la capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «creative commons».</p>	<p>Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>0. Desconoce la herramienta online. 2. Maneja Creative Commons para proteger sus productos online.</p>
<p>Facebook o Twitter, ¿Pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas?</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y</p>	<p>Rta a = 2 pto Rta b y c = 0 pto</p>	<p>0. No conoce las normas a las que se somete al ingresar a estas redes sociales. 2. Conoce y usa las normas de manera responsable para su beneficio.</p>

	responsable ante ellos.		
¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?	Producción y difusión- análisis Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales. Recepción e interacción-análisis Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.	Rta a = 2 pto Rta b y c = 0 ptos	0. No ha participado o no conoce si la elaboración de algún producto suyo está dentro de estos parámetros. 2.Capacidad de aportar al desarrollo de competencias en medios de comunicación.
30. Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.	Ideología y Valores - análisis Capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivos, y detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.	Respuestas 1= 0 puntos Respuesta 2 = 1 punto Respuestas 3= 2 puntos	0. No reconoce ni analiza los conceptos sociopolíticos. 1. El docente identifica medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación. 2. El docente distingue las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación.
Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede (puede marcar más de una casilla).	Ideología y valores – análisis Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.	Respuesta 1 = 0 punto Respuesta 2 = 1 punto. Respuesta 3 = 2 punto	0. El docente no contrasta fuentes y se conforma con la primera fuente que esta a su alcance. 1. El docente selecciona sus fuentes de una forma subjetiva. 2. El docente contrasta fuentes para realizar sus investigaciones.
32. ¿Es posible tener una relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y	Ideología y valores- análisis Detectar la capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias, como potencial mecanismo de	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 ptos	0. No detecta ni conoce, la relación de los medios con la sociedad. 1. El conocimiento de las relaciones es escaso. 2. Interpreta y valora perfectamente las

transformación social?	manipulación o como oportunidad para conocernos mejor y para abrirnos a otras experiencias.		posibilidades que ofrecen los medios.
33. ¿Una webquest es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?	Recepción e interacción– Análisis. Conocer la capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje. Ideología y valores – análisis Conocer la habilidad del docente para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos para generar métodos de investigación en sus estudiantes.	Rta 1 = 2 pto Rta 2y 3 = 0 pto	0. No conoce ni utiliza la herramienta. 2.Utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.
34. Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...	Ideología y valores – análisis Saber la capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.	Rta a= 0 pto Rta b= 1 pto Rta c= 2 pto	0. Utiliza las nuevas tecnologías para diversión. 1. Transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno social. 2. Desarrollo educativo.
35. Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?	Ideología y valores- análisis Conocer la capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 pto	0. Se guía por el dueño del medio más no por el contraste de la información. 1. Se guía según la trascendencia profesional del autor. 2. Contrasta la información y el contenido.
36. En los medios, ¿Se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?	Ideología y valores análisis Saber la capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 pto	0. No reconoce los estereotipos en los contenidos. 1. Logra detectar algunos contenidos nocivos. 2. Analiza la existencia de estos estereotipos y las consecuencias de las mismas.

	causas y consecuencias.		
La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo?	Ideología y Valores – Análisis Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	0. No aportan conocimiento. 1. La información favorece a su conocimiento. 2. Puede discernir que la información genera emociones que dejan experiencias positivas y negativas.
38. ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?	Ideología y valores- análisis Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	0. No crea mensajes que eviten prejuicios o estereotipos. 1. Los toma en consideración o los utiliza escasamente para transmitir valores. 2. Elabora mensajes con valores que eviten prejuicios o estereotipos.
¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?	Estética-análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.	Rta a = 2 pto Rta b = 0 pto	0. No reconoce ni se interesa en el aspecto estético del contenido mediático. 2. Conoce características estéticas del contenido mediático.
¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo,	Estética-análisis Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	0. No reconoce 1. Distingue ciertas tendencias cinematográficas. 2. Tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos.

romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)?			
¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?	Recepción e interacción- Análisis Determinar la actitud activa en la interacción con la herramienta Internet, entendida como oportunidad para construir una ciudadanía plena, un desarrollo integral, transformándose y transformando el entorno.	Rta 1 = 2 pts Rta 2 y 3 = 0 pto	0. No conoce como participar solidariamente a través de Internet. 2. Utiliza la herramienta internet para generar acción social.
¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?	Recepción e interacción- Análisis. Saber si tienen la capacidad de interactuar con personas diversas en entornos cada vez más plurales y multiculturales.	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 pts	0. No utiliza los medios digitales para relacionarse con sus colegas. 1. Se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas del ámbito educativo. 2. Incorpora en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas.
44. Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna Web toma precauciones basándome en...	Recepción e interacción - análisis Saber la capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.	Rta d= 2 pts. Rta a y c = 1 pto Rta b y e = 0 pto	0. No usa las redes para introducir sus datos personales y se basa en el aspecto del sitio. 1. Se guía por su instinto personal y la interacción que tiene con otros usuarios. 2. Conoce la fuente del sitio y su fiabilidad.
¿Le gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?	Recepción e interacción- análisis. Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el	Rta a = 2 pto Rta b = 0 pto	0. No le interesa conocer sobre competencias mediáticas para aplicarlo en su vida de docente. 2. Le interesa aprender sobre competencia

Anexo. Diario de campo

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA								
COLEGIO	OFICIO	CONTACTO	FECHA DE APLICACIÓN	DURACION POR ENCUESTA	ESTUDIANTES APLICADOS	PROFESORES APLICADOS	CONTACTO PADRES DE FAMILIA	OBSERVACIONES/ NCONVENIENTES
Liceo de loja	Entregado 14 de abril	Lic. Marco antonio lozano	29 de abril, 6 y 13 de mayo	20 - 30 min	60	8	Isadora maldonado 0989909940	Problemas presentados con el servidor o plataforma de encuestas en el dia 6 de mayo
Antonio peña celi	Entregado 9 de abril	Dra. Rosa monteros	25, 28 30 de abril	15 -25 min	60	10		
Its dab	Entregado 14 de abril	Hno. Mariano morante	15 de mayo	25 - 30 min	45			
Miguel angel suarez	Entregado 15 de abril	Hna. Maria merino						Oficio entregado personalmente pero no se aceptó la aplicación de encuestas
Eugenio espejo	Entregado 9 de abril	Lic. Manuel abarca	2, 3 de mayo	10 - 15 min	60	5		Las encuestas se aplicaron de manera escrita no hubo facilidad para acceder a la sala de computo

Fernando suarez palacio	Entregado 9 de abril	Lic. Teresa herrera	25 de abril	30 - 45 min	60	8	Nómina anexada	El colegio solo contaba con 3 computadoras con conexión a internet, utpl colaboró con 6 computadoras
Iberoamerica no	Entregado 9 de abril	Dr. Luis samaniego	30 de abril	20 - 30 min	60	8		encuestas aplicadas sin inconvenientes
Cordillera	Entregado 14 de abril	Lic. Bernardo serrano						El colegio no confirmó para la aplicación de encuestas
Colegio militar	Entregado 9 de abril	Mayor fabricio velez	08 de mayo	25 - 30 min	60	6		
Calasanz		Lic. Irma velez	28 de abril, 2, 5, 7, 9 mayo	15 - 30 min	60	4		

Anexo. Grupos focales padres de familia

FOCUS GROUP PADRES DE FAMILIA

Objetivo: <ul style="list-style-type: none">• Conocer el aporte de los padres de familia al nivel de competencias mediáticas de los estudiantes objeto de estudio del proyecto. Conocer el nivel de competencias mediáticas de los padres de familia de los estudiantes objeto de estudio del proyecto.
Lugar: UTPL
Fecha de Realización: Viernes 06 de junio del 2014
Hora: 17H30
Número de Participantes: 4
Persona de contacto: Padres de Familia del Tagesschule y Colegio "San Gerardo"
<u>Perfil de los participantes:</u> <ul style="list-style-type: none">• Padre o madre de Familia de los estudiantes encuestados en el levantamiento de datos de Competencias Mediáticas.• Edad: indistinta pero se sugiere que existan perfiles de todas las edades 35 a 60.
<u>Logística:</u> <ul style="list-style-type: none">• Cámara de video• Grabador de audio• Recuerdo para participantes• Cofee Break (de ser posible)• Marcadores• Tarjetas para nombres• Tabla para anotar• Esferos

<ul style="list-style-type: none"> • 10 botellas de agua • Vasos • Computador con conexión a Internet • In focus
<p><u>Recursos Humanos:</u></p> <p>Moderador: Andrea Velásquez</p> <p>Anotador: María Arévalo, Liliana Reyes.</p>

PREGUNTAS	RESPUESTAS
<p>Siente alguna diferencia entre el tiempo de sus hijos y el de ustedes, en educación en acceso a los medios de comunicación.</p>	<p>Yadira: Nosotros nos educamos con los libros, más que todo en la investigación, las bibliotecas. Era muy raro tener una computadora con internet. Hoy en días los jóvenes no conocen una biblioteca, no se dedican a buscar un texto.</p> <p>HERNÁN: Si existe una diferencia, incluso entre mi hijo Sebastián el mayor de 28 años y para Juan Manuel de 16 que es el último. Para el primero era wow. Quien tenía una computadora era una cosa impresionante. Se caía hasta en estafas y se terminaba pagando más de lo que se podía pagar en un almacén, pero era por esa necesidad de tener una computadora.</p> <p>Para nosotros era raro pasar de la máquina de escribir al tratamiento de textos, en la máquina se debía tener un cuidado para justificar el texto, y ver que la computadora era algo hermoso que uno se quedaba con la boca abierta, entonces es una grandísima diferencia. Lo que se debería tener en cuenta de esta evolución es que para muchos de los niños actuales es normal tener un teléfono celular de alta tecnología y es una herramienta fácil para ellos, lo que trato de hacer es que aprecie eso, que vea lo que la sociedad ha tenido que hacer y pagar para que la sociedad actual esté utilizando toda esa tecnología y al mismo tiempo sepa respetar y tener ciertas distancias.</p> <p>Ejm: Juan Manuel cuando era pequeño quería ver Cartoon Network y puso Carton Network y se abrió una página de pornografía en ese</p>

	<p>sentido es una especie de maldad y perversión.</p> <p>Jacqueline: Anteriormente nos regíamos a un texto, había más investigación bibliográfica, ahora los chicos van a su computadora al internet. Tienen una biblioteca pero no, lo que buscan es facilidad, si hay algún programa que les de eso ese es el ideal para los chicos.</p>
<p>Smart Phone. ¿Permiten que sus hijos tengan un teléfono celular inteligente? ¿Tienen ustedes un teléfono celular inteligente?</p>	<p>Todos: Sí. Permiten y tienen un teléfono inteligente.</p> <p>Jacqueline: Ellos los utilizan mejor que nosotros. Nos enseñan.</p>
<p>¿Tienen internet en casa?</p>	<p>Todos: Sí. Les dejan usarlo normalmente.</p>
<p>¿Conocen si sus hijos pertenecen a alguna red social?</p> <p>¿Ustedes pertenecen a una red social?</p>	<p>Sí. Conocen y como padres también pertenecen a una red. Todos son amigos de sus hijos. "Facebook"</p> <p>Jacqueline: Ponen restricciones.</p> <p>Hernán: En nuestro caso, la mamá de Juan Manuel vive en Quito yo no he profundizado pero he visto que mi hijo tenía como 1000 amigos y se le pidió que haga una selección dejando a las personas con las que realmente se comunica.</p>
<p>Conocen como actualizar los permisos de privacidad en las redes sociales. Control.</p>	<p>Ninguno de los padres tiene conocimiento de permisos en redes sociales.</p> <p>Hernán: No.</p> <p>Gabriela: De los chicos que conozco muchos cambian sus datos reales. Cualquiera puede tener un perfil en Facebook así sea menor de edad.</p>
<p>¿Conocen como utilizan el lenguaje en redes sociales?</p>	<p>Gabriela: Más imágenes.</p> <p>Jacqueline: Con emoticones. Recortan las palabras.</p>
<p>Entre internet y tv a que medio le dedican más tiempo.</p>	<p>Gabriela: Internet para todo.</p> <p>Hernán: Internet y celular lo usa para escuchar música.</p> <p>Yadira: Celular, mi hijo mayor de 16 años internet y sabe hacer de todo. Mi hija de 14 años es más la música en el celular, ella aprende inglés con ello.</p> <p>Jacqueline: Internet.</p>
<p>Sus hijos ocupan el diario.</p>	<p>Todos concuerdan con lo mismo.</p> <p>Jacqueline: Les envían investigaciones en el colegio. Por iniciativa propia no.</p>

	Gabriela: No les nace, es por tarea.
Cómo se informan de las noticias que acontecen habitualmente.	Hernán: Le he mostrado la diferencia entre televisión nacional e internacional. Eso le sirve para hacer un balance. No es propia iniciativa si no que yo le llamo para decirle que está pasando.
Regulación de medios en Ecuador	No conocen mucho sobre el tema. Sin embargo mencionan. Hernán: Categorización, tipo A, B. Jacqueline: C censura, A todo público, B acompañado por adultos. Yadira: Ahora colocan en cada segmento, en radio, tv.
Criticidad de los medios.	Jacqueline: Si han aprendido a ser críticos. Gabriela: Si les influye en la formación. Parte en casa, parte en el colegio. Yadira: Les restringen en el colegio el celular, por no decir todo. A pesar de que el colegio tenga red. Eso es una ayuda. A ser críticos pues les enseñan lectura, leer, sacar resúmenes, les enseñan sin embargo ahora como adolescentes si han perdido eso. Hernán: No estoy de acuerdo. Si definimos lo crítico es que él puede coger una noticia y creer o no en esa noticia en función de un criterio y eso no están desarrollando. Les mandan a leer para que digan yo le leí este periódico. No diferencian, si es de derecha, izquierda, centro, está sesgado u objetivo. Presentación de la noticia tal como está. Cumplen un requisito. Gabriela: Más observan en internet. Ven las cosas y comentan por más sencillas que sean, al menos en mi caso. Todos: Sí Gabriela: Moda, algo pequeño. Lo ven y lo consiguen.
Los medios influyen en los valores de sus hijos	Hernán: Si hay una influencia por eso no dejo ver televisión nacional. Muestran a la mujer como un objeto. Se difunde machismo. En medios norteamericanos también hay otros valores que influyen, por ejemplo rechazo padres a hijos. Hay un bombardeo de valores. Realidades como el bullying, como pueden permitir eso, dónde están los profesores. Jacqueline: Hay que estar despiertos. Trato de orientar cuando me comenta cosas que ve.

PARTICIPANTES

- Ing. Hernán Lucero
- Sra. Yadira Suárez
- Sra. Jacqueline Castillo
- Sra. Gabriela Hidalgo

FOCUS GROUP PADRES DE FAMILIA

Objetivo: <ul style="list-style-type: none">• Conocer el aporte de los padres de familia al nivel de competencias mediáticas de los estudiantes objeto de estudio del proyecto.• Conocer el nivel de competencias mediáticas de los padres de familia de los estudiantes objeto de estudio del proyecto.
Lugar: UTPL
Fecha de Realización: martes 27 de mayo de 2014
Hora: 17H00
Número de Participantes: 8
Persona de contacto: Padres de Familia de los Colegios Beatriz Cueva de Ayora, San Francisco y Bernardo Valdivieso.
<u>Perfil de los participantes:</u> <ul style="list-style-type: none">• Padre o madre de Familia de los estudiantes encuestados en el levantamiento de datos de Competencias Mediáticas.• Edad: indistinta pero se sugiere que existan perfiles de todas las edades 35 a 60.
<u>Logística:</u> <ul style="list-style-type: none">• Cámara de video• Grabador de audio• Recuerdo para participantes• Cofee Break (de ser posible)• Marcadores• Tarjetas para nombres• Tabla para anotar• Esferos• 10 botellas de agua• Vasos• Computador con conexión a Internet• In focus

Recursos Humanos:**Moderador:** Andrea Velásquez**Anotador:** Andrés Carrión

PREGUNTAS	RESPUESTAS
<p>Queremos conocer que medios son los que más consumen los jóvenes, que es lo que pasa con estos cambios y tenemos que dejarlos documentados para poder hablar con toda la certeza para luego dar una propuesta.</p> <p>P.1 Siente alguna diferencia entre el tiempo de sus hijos y el de ustedes, en educación en acceso a los medios de comunicación</p>	<p>ALEX: Antes la búsqueda de la información era bastante complicada para nosotros, buscar el libro y de pronto encontrarlo hallar la temática que era de investigación, frente ahora a lo que existe una gran facilidad con el tema de internet con la búsqueda de los temas que son mucho más dinámicos, sin embargo a pesar de estos avances puedo participar que existen muchos maestros que te mandan a copiar lo de los libros o hacer lo mismo en el internet y como que esa distancia de avance tecnológico a través de estos acontecimientos como que se requiere mantener distante mismo, además es penoso que los estudiantes no leen por un interés o por que no les gusta o no se desarrolla un interés por parte del docente y estudiante, los segmentos tecnológicos deben ir de la mano con una tutela que pueda garantizar, persuadir, incidir para que los estudiantes desarrollen un interés por buscar, por leer por introducirse, lamentablemente con las facilidades que hay solo es por cumplir.</p> <p>PAULINA: antes era mas investigación, ahora todo lo tienen fácil van al internet y lo consiguen</p> <p>ROSA: Los jóvenes se están haciendo demasiado cómodos, ellos no cogen los libros, antes se hacia resumen se sacaba aparte y luego a limpio hoy en día van al internet buscan copian pagan y no resumen, serán quizás pocos los chicos que en realidad lo hagan, copian textual, no ven faltas de ortografía. A veces los profesores por tanto trabajo no ven las faltas de ortografía, y esos mismos errores los van a llevar los jóvenes a la</p>

	<p>universidad.</p> <p>Todos coinciden con que los jóvenes ahora tienen mayor facilidad.</p>
Tiene internet en sus casas	Todos tienen el acceso de internet en las casas, pero con un horario establecido no todo el tiempo.
Permiten que tengan un teléfono celular	ROSA: comento que tiene 6 hijos y que solo cuando terminan el sexto curso les da un teléfono celular mientras tanto no, por otro lado el resto de padres de familia si les han dado un teléfono celular a sus hijos.
Tienen sus hijos teléfonos inteligentes Conocen el tema de redes sociales	<p>Si tiene algunos teléfono con internet, pero otros solamente para recibir llamadas o mensajes de texto.</p> <p>Sus hijos tiene perfiles en redes sociales, todos tienen la cuenta en Facebook, todo ahora es por esta red es la más usada.</p> <p>ALEX: Es extremadamente grosero el tema de deterioro de faltas ortografía, los chicos utilizan los emoticones y si pueden entender ese lenguaje dijeron los padres.</p>
Tienen perfiles en redes sociales los padres	Los padres si cuentan con perfiles en redes y son amigos de sus hijos
Tienen teléfonos Smart phone ustedes padres de familia	No cuentan con un teléfono inteligente los padres.
Existe algún regulación en nuestro país sobre los medios de comunicación en general (televisión, radio, prensa, internet)	<p>ALEX: Existe la ley de comunicación donde se regulan los espacios, donde se ven las programaciones para los diferente grupos hectareos y los que son diferenciados con contenido un poco mas fuerte en horarios nocturnos, con espacios para producción local, y el interés de poder coactar cualquier tipo de expresión que vaya en contra de una propuesta que el régimen quiere que se mantenga.</p> <p>-El resto de padres de familia no conocen otro tipo de regulación en cuanto a contenidos.</p>
Conocen como actualizar los permisos de privacidad en las redes sociales	Ninguno de los padres tiene conocimiento de permisos en redes sociales

Estamos en la era de la tecnología hoy en día como creen que se puede regular en el uso que le den los chicos

CARMITA: nosotros los padres darles un horario específico a ellos para que no estén mucho en el internet, ya que es una adicción que tienen ellos, en las horas del almuerzo están con el celular ni si quiera se dedican a una cosa sino en las dos.

FIDELICIA: tengo tres hijas las controlo bien en lo que cabe, al momento que llegan les digo que en el almuerzo es para compartir y el celular tiene que estar lejos, les he puesto más por el internet como necesidad, por que siempre era quiere dinero para ir al internet para ir a consultar y era de todos los días, entonces opte por ponerlo y siempre les he dicho los deberes el momento que tiene que hacer, luego veo si les permito que entren a sus perfiles. Yo controlo el acceso al internet y las amistades, los correos, de cómo escriben estoy pendiente de eso y fotografías que suben.

ALEX: yo considero que la única forma de poder apoyar a nuestros hijos es acentuar el tema en valores, en el asunto de poder asistir de una manera permanente o cuando el momento sea pertinente de insistir en aquello que son como una planta todo lo que le puedan poner a esa planta hará que sea más grande o más hermosa y la única forma de poder custodiar a esa planta es el propio cuidado y el propio respeto a su persona, los espacios no son eternos y que tienen que aprovechar precisamente esos espacios para poder ser mejores. El papa es la persona que protege quiere y necesita dar de todo de si para que el hijo tenga todas las condiciones para que sea mucho mejor en la vida.

PAULINA: mi hijo no ocupa mucho el internet, el todo el tiempo pasa en la iglesia, no tengo problema con el, llega hace sus tareas y luego entra unos quince minutos a sus redes sociales y va a la iglesia no hace otra cosa más. Yo trabajo y cuando no estoy en casa yo no respondo porque no lo veo, pero me imagino debe de ser igual.

GLADYS: sería la manera de siempre estar comunicados con mi hija y trato de controlarla en lo que más pueda en cuanto a sus deberes y también le doy su

	<p>espacio para que se converse con sus amistades, lo que ella tiene mucho más tendencia es a la música.</p> <p>MARLENE: el internet es una necesidad básica puesto que los estudiantes todo lo sacan del internet, deberes y todo lo copian y lo bajan de ahí y lo presentan ni siquiera las faltas de ortografía revisan, en mi caso tengo dos hijos uno de 22 y el otro de 16, le tengo con clave el computador, a veces me lo hackea pero le volvemos a cambiar de contraseña, decir que se podría prohibir esto es imposible ya que si uno no tiene internet en casa van al cyber y salen de casa por eso prefiero tenerlo en casa para que no salgan, yo reviso el historial y les monitoreo desde nuestro hogar.</p> <p>ROSA: yo tengo una hija y por lo general no pasa en casa, tengo distintos horarios de trabajo lunes miércoles y viernes la tengo en curso de ingles, el martes pasa conmigo hasta la noche igual y el sábado tiene un horario establecido para ingresar a internet de 08 a 10 tiene que cerrar y si es antes mucho mejor, nos llevamos bien y me siento a ver con ellas fotos y a sus amistad no tengo problema con ella.</p>
<p>En el tema de otros medios de comunicación como la televisión, prensa, radio, etc</p>	<p>Todos concuerdan con que sus hijos ahora están más en el internet que en la televisión, se han olvidado de la prensa, quizás solo cuando tienen deberes ahí los vemos que cogen el periódico.</p> <p>ALEX: tienen derecho a equivocarse y nosotros como padres igual y tratar de manejar con la suficiente sensatez los espacios que tienen para desarrollarse.</p>
<p>En el tema del colegio donde se forman sus hijos creen que los docentes aportan a que ellos sean críticos de los medios de comunicación e internet</p>	<p>ALEX: No aportan, cada cual se dedica a sus materias, a cumplir con sus parámetros entonces no lo hacen. El resto de padres también concuerdan con que no contribuyen en este aspecto.</p>
<p>Tema de valores creen que los medios de comunicación influyen en los valores de sus hijos</p>	<p>Carmita: mi hijo lo veo tranquilo por lo que creo que no les influye</p> <p>Fidelicia: los valores se inculcan en el hogar, en los establecimientos educativos, a mis hijas les están dando charlas de motivación y no perdiendo los</p>

	<p>valores. hay malas amistades que inculcan antivalores y cuando los hijos están bien criados creo que no influyen.</p> <p>Alex: si influyen por la producción, el lenguaje que se utilizan, un claro ejemplo las sabatinas, si el rey se come las frutas el pueblo se comerá hasta las raíces, entonces todo influye.</p> <p>Paulina: no influyen, yo lo veo muy poco para la televisión e internet es más acogido para los libros de la iglesia y pasa ahí.</p> <p>Gladys: si influyen con la manera de comunicarse, de vestimenta, vocabulario tanta cosa que es transmitida por estos medios.</p> <p>Marlene: los valores viene desde casa y el colegio, ya están bien sembrados, depende habrán canales donde hay programas que no me gustan y por lo tanto ellos no lo ven , entonces esos programas creo que son los que influyen pero si no me agrandan cambio el canal.</p> <p>ROSA: no influyen mucho, ya que si los chicos son bien formados y no ven programas que no valen no les va a incidir en ellos. Creo que influyen cuando se juntan con malas personas.</p>
<p>Las redes sociales son una gran convocatoria</p>	<p>Los padres están de acuerdo con eso y están al tanto.</p> <p>ALEX: Mi hijo estuvo en esa fiesta de punzara, pero yo jamás me entere de esa fiesta, pero a través de las redes sociales los convocaron y ahí vendían trago, sexo.</p> <p>MARÍA: estoy de acuerdo en cierta forma lo que dice la ley de comunicación ya que los medios dicen una cosa y la verdad muchas veces es otra, los medios exageran. En la actualidad por las redes sociales uno se entera de todo, mis hijos ya saben lo que va haber por este medio y son ellos lo que me comunican muchas veces.</p> <p>MARÍA: Antes uno se llevaba con los del propio colegio ahora con estas redes los jóvenes se llevan con todo mundo y ahora todos se conocen.</p>

FOCUS GROUP PADRES DE FAMILIA

<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el aporte de los padres de familia al nivel de competencias mediáticas de los estudiantes objeto de estudio del proyecto. • Conocer el nivel de competencias mediáticas de los padres de familia de los estudiantes objeto de estudio del proyecto.
<p>Lugar: UTPL</p>
<p>Fecha de Realización: miércoles 28 de mayo de 2014</p>
<p>Hora: 17H00</p>
<p>Número de Participantes: 8 a 10</p>
<p>Persona de contacto: Padres de Familia de los Colegios Ateneo, La Salle, La Inmaculada.</p>
<p><u>Perfil de los participantes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Padre o madre de Familia de los estudiantes encuestados en el levantamiento de datos de Competencias Mediáticas. • Edad: indistinta pero se sugiere que existan perfiles de todas las edades 35 a 60.
<p><u>Logística:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara de video • Grabador de audio • Recuerdo para participantes • Cofee Break (de ser posible) • Marcadores • Tarjetas para nombres • Tabla para anotar • Esferos • 10 botellas de agua • Vasos • Computador con conexión a Internet • In focus
<p><u>Recursos Humanos:</u> Moderador: Andrea Velásquez Anotador: Leidy Jaramillo</p>

Preguntas	Respuestas
<p>Saludo de Bienvenida: Como universidad estamos desarrollando un proyecto que se denomina competencias mediáticas, investigamos cómo sus jóvenes consumen los medios de comunicación que es lo que pasa con los medio de comunicación, tema de redes sociales, como universidad debemos investigar y verlo documentado científicamente</p>	
<p>P.1 ¿Existe algún cambio en cómo se educaron ustedes y cómo se educan sus hijos actualmente?</p>	<p>- Soledad: El cambio es muy grande porque ahora existe una herramienta que es el internet ... yo no soy de muchos años atrás pero veo que para mi hija es mucho más fácil encontrar la información que ella</p>

	<p>necesita en el internet, no es necesario que ella esté saliendo ya de casa. Es mucho más fácil ahora que antes.</p> <p>- Rud: Ahora con la nueva tecnología solo se meten a internet y ya investigan lo que ellos quieren y antes uno acudía al diccionario a los libros para cualquier cosa, para ellos ahora se les hace fácil.</p> <p>- Rita: En primer lugar quiero felicitarles a ustedes y a la Universidad Técnica Particular de Loja por tomar estas iniciativas, ya que en el tiempo en que estamos viviendo para nosotros como padres de familia tenemos una responsabilidad inmensa porque es un cambio, yo también tengo 47 años y en mi educación había un poco más el ser más tradicional, manejar los libros para consultas, éramos un poco más preocupados, teníamos más empeño por surgir quizás porque en nuestro tiempo nuestros padres nos exigían... En cuestión de comunicaciones lamentablemente se puede decir que hay dos factores, uno bueno y uno malo, el bueno que les ayuda a ahorrar tiempo, quizás a investigar más rápido ciertas situaciones pero en la parte negativa involucra a que el joven no sea creativo ya esa inspiración de ir a buscar un libro, consultar, porque simplemente dice bueno me mandaron tal tema voy al internet , lo ubico, lo saco y se vuelven tan automáticamente y copia y pega, lo sorprendente es que lo mismo lleva el A el B o C es igualito, entonces digo ¿dónde está la investigación? ¿Dónde está lo que nosotros razonábamos?, hasta en la cuestión de faltas de ortografía, ahora no la computadora nos corrige, pero antes no esta palabra es con tilde esta es sin tilde, ahora realmente es beneficioso y por otra no es beneficioso.</p> <p>Carlos: Yo creo que cada época tiene sus ventajas y desventajas lo que dijo Rita es cierto así funcionaba pero también creo que había una desventaja la educación vertical en donde el profesor estaba muy arriba y el alumno estaba abajo, ahora se ve que ya eso ha disminuido y se trata de hacer una</p>
--	---

	<p>educación horizontal en donde el profesor sea un guía, es cierto que la comunicación ha progresado, se ha incrementado, aumentado, en el tiempo de antes teníamos nosotros que investigar y así lo hacíamos, pero veamos el lado bueno de esto de la tecnología, no se si a ustedes les pasó pero a mí si me pasó que en el tiempo de antes no teníamos acceso a todo, a todos los libros porque no habían, en mi tiempo habían muy pocas bibliotecas y cuando uno llegaba estaba todo lleno, ahora es más fácil ahora es mucho más fácil, si usted tiene acceso a una computadora con internet ahí está todo, entonces cada época tiene sus ventajas y desventajas.</p> <p>Leonardo: Yo pienso que estamos en una época en que los papás tenemos mayor responsabilidad respecto a nuestros hijos, yo me doy cuenta por ejemplo yo tengo un hijo de 7 años y el ya domina la computadora el sabe ingresar, salir. Tengo otro niño de 11 años y me senté con el a hacer un trabajo en internet y salió en una pagina en la parte derecha una ventana en el fondo con unas muchachas desnudas y decía "haz click aquí", ahora cuanta responsabilidad tenemos los padres de estar ahí con nuestros hijos y explicarles, mira hijo esto es así ... si los padres no estamos ahí para guiarles, inculcarles a lo mejor van a investigar solos. Pienso en que estamos en un tiempo en donde tenemos una responsabilidad inmensa y de ser co-participes de la educación de nuestros hijos en todos los aspectos.</p>
<p>P2. ¿Tienen internet en sus casas y les permiten el acceso de internet a sus hijos o lo regulan?</p>	<p>Leonardo: en mi caso con los dos niños más pequeños yo le regulo el internet, ellos tienen horas para investigar y horas también para utilizar los libros entonces nosotros les inculcamos en nuestro caso tienen una biblioteca ahí, lo que se necesita consulta ahí y en caso de no encontrar se va al internet.</p> <p>Soledad: Mi hija mayor si tiene acceso al internet, tengo una hija de 11 años que ella solo puede acceder cuando yo estoy en casa y bajo mi supervisión.</p> <p>Rud: Si tiene acceso, el computador se encuentra en la sala entonces yo también</p>

	<p>estoy ahí viéndole, hace deberes y se va a dormir pero yo estoy ahí y eso que ya va a cumplir 18 años</p> <p>Rita: Tengo un hijo que está en 23 años y el en el tiempo que estuvo todavía no había mucha facilidad para esto del internet, todavía él sí utilizó los libros y consultaba. Ahora mi hijo tiene celular con internet, hemos conversado en nuestro hogar siempre hemos mantenido el diálogo, de igual manera con María José tiene su celular pero tenemos una biblioteca bien amplia donde consultar vas a ir al internet y de ahí vas a sacar tus propias conclusiones, porque si tu llevas la consulta del internet la de todos tus compañeros va a ser igual.</p>
<p>P.3 Sus hijos tienes acceso a un teléfono inteligente y con acceso a internet.</p>	<p>Todos los padres coinciden en que sus hijos tienen celulares inteligentes.</p>
<p>P.4 Saben si sus hijos tienen perfiles en redes sociales y en que red específicamente.</p> <p>P. Conoce sobre las regulaciones que existen en Facebook en cuanto a la edad.</p> <p>Ustedes son amigos de sus hijos en estos perfiles.</p>	<p>Soledad: Facebook, Instragram y twitter. Leonardo: Facebook, mi hija grande.</p> <p>Todos coinciden en que si conocen de las regulaciones de edad.</p> <p>Carlos: Yo no se de que edad se pueda abrir una Facebook.</p> <p>Rita: ahora desde los 14 años ya pueden abrir un perfil.</p> <p>Todos responden que sí. Leonardo: Algo quisiera acotar, hemos conversado con mi familia y quedamos en que nunca se va aceptar a un amigo a menos que se le conozca personalmente y sepa de quien se trata y esa tendencia hemos llevado mi niña mi esposa y mi persona.</p>
<p>P. 5 en el tema del lenguaje . los chicos manejan un lenguaje incluidos emoticones , caritas felices caritas tristes.</p>	<p>Rita: Respecto a la ortografía, ponen te quiero con K.</p>
<p>P.6 En el tema de otros medios de comunicación, sus hijos ven televisión?</p> <p>si tenemos que establecer una diferencia entre el tiempo que ella pasa en televisión o el internet cuál cree que ella utiliza más como medio.</p>	<p>Rud: En mi caso si ve pero en la sala, ella en el cuarto no tiene televisor.</p> <p>Rud: En el internet ella se esta a veces un poquito más que en la televisión, más el internet que televisión.</p> <p>Soledad: Mi hija mayor prefiere el internet, mi hija menor (11 años) prefiere la</p>

	<p>televisión.</p> <p>Leonardo: Nosotros lo que procuramos es que los tiempos de televisión sean tiempos en familia, de compartir un tiempo en familia y estar conversando riéndonos de alguna película y mi hija mayor igual ocupa más el internet por las tareas, mi hijo menor no mucho, más televisión que internet.</p> <p>Carlos: En el caso de nosotros mi hijo mayor utiliza más el internet y mi hija menor que tiene 15 años la televisión y sobre todo los programas que tienen moda , maquillaje ;de peinados ;de uñas de vestidos ;de zapatos ; de carteras .</p>
<p>P. 7 Sus hijos leen el periódico?</p>	<p>La mayoría responde que sí.</p> <p>Rud: Muy poco</p> <p>Carlos: casi todos los días ya que a nosotros nos entregan el periódico a diario y leen todo es como costumbre de familia.</p> <p>Soledad: A veces los fines de semana que yo compro el periódico.</p> <p>Leonardo: Mi hija mayor sí, sobre todo la sección de sociales, pero si lee el periódico.</p>
<p>P.8 Conocen si existe en nuestro país alguna regulación en los medios de comunicación y sobre lo que emiten los medios de comunicación, todos los medios, radio , prensa, televisión e internet.</p>	<p>Todos responden que sí.</p> <p>Rita: Ahora si con éste presidente esta ya regulado, eso nos llamaba la atención porque en canales de otros países salía inicio de espacio publicitario y ahora tenemos ya eso que personalmente es de mucha satisfacción, porque lamentablemente antes se podía prender 7 de la noche o cuatro de la tarde y salían programas que no estaban adecuados y como usted sabe hay chicos que pasan solos entonces prenden la televisión. Y ahora si estamos regulados</p> <p>Carlos: La clasificación , hay otras regulaciones dentro de la comunicación en cuanto a los periodistas que tienen que ser ya más veraces que tienen que consultar, hay un sinnúmero de artículos en la ley de comunicación, en cuanto al periodista que debe investigar de una fuente fidedigna, en caso de crónicas rojas no sacar los rostros</p>

	y menores de edad tampoco enfocarlos.
<p>P. 9 Hablando un poco del colegio de sus hijos, estábamos comentando todos que un poco el problema radica en cuán crítico puede ser un joven o no sobre lo que tiene en le tema de medios de comunicación e internet. Yo quisiera preguntarles ustedes sientes el aporte o apoyo del colegio para formar este tema en los chicos, sienten apoyo de que el colegio les esta formando también para ser críticos ante lo que ellos reciben en los medios de comunicación.</p>	<p>Rita: Desde que ingresó el hermano Alberto Cobo , él ha incrementado muchos cambios en la institución y dentro de esos cambios esta incentivando a que los chicos sean críticos y puedan defenderse también y si yo creo que estamos bien y están en la obligación de investigar de hacer sus gestiones.</p> <p>Carlos: Los tiempos han cambiado, obviamente estamos en un cambio de época de todo prácticamente , donde nos han dado un sacudón a todos y nos han despertado del letargo en el que estábamos a tal punto de que tenemos que ser críticos y eso es lo que se está incrementando en el colegio La Salle, el ser críticos ante todo, no solo ante la comunicación sino también con los profesores ante el sistema, en todo.</p> <p>Leonardo: A mí lo que me parece súper bien es que ahora se ha implementado una plataforma virtual, donde uno ya interactúa con el colegio, uno sabe del hijo como está en las notas, si entregó tareas si no entregó tareas, y eso es interesante porque uno puede acceder desde el teléfono mismo e investigar.</p> <p>Soledad: Si estoy de acuerdo.</p>
<p>P. 10 Finalmente me gustaría, la opinión de ustedes frente al tema medios de comunicación, ustedes creen que los medios de comunicación pueden influir en los valores que pueden tener sus hijos.</p>	<p>Todos coinciden en que sí influyen y mucho.</p> <p>Rita: en la violencia, lamentablemente usted prende la televisión y se ven los chicos en el extranjero que van disparan , hace tiempo hubo un caso aquí en el instituto Técnico Daniel Álvarez que un joven ha visto una película o algo y fue y disparó entonces yo creo que si pueden influir.</p> <p>Soledad: Si influye, por ejemplo las propagandas que sacaba el gobierno contra la violencia de la mujer, todo eso es de ayuda para los jóvenes y personas .</p> <p>Carlos: Se me viene a la mente otras cosas que los medios de comunicación están pregonando, por ejemplo oía en una entrevista a personas con tendencia sexual</p>

	diferente, también veía sobre personas de raza negra o afroamericanos, entonces el respeto a todas esas personas que de cierta forma son diferentes pero son sobre todo seres humanos, entonces yo creo que los medios de comunicación lo que hacen es influir en las personas para que haya respeto entre los seres humanos, entonces si influyen los medios de comunicación de una forma positiva también.
Despedida.	

FOCUS GROUP PADRES DE FAMILIA

<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el aporte de los padres de familia al nivel de competencias mediáticas de los estudiantes objeto de estudio del proyecto. • Conocer el nivel de competencias mediáticas de los padres de familia de los estudiantes objeto de estudio del proyecto.
<p>Lugar: Sala de reuniones del área de Marketing UTPL</p>
<p>Fecha de Realización: martes 10 de junio de 2014</p>
<p>Hora: 17H00</p>
<p>Número de Participantes: 5</p>
<p>Persona de contacto: Isadora Maldonado, Presidenta del Comité de Padres de Familia del Colegio Liceo de Loja.</p>
<p><u>Perfil de los participantes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Padre o madre de Familia de los estudiantes encuestados en el levantamiento de datos de Competencias Mediáticas. • Edad: indistinta pero se sugiere que existan perfiles de todas las edades 35 a 60.
<p><u>Logística:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara de video • Grabador de audio • Recuerdo para participantes • Cofee Break • Marcadores • Tarjetas para nombres • Tabla para anotar • Esferos • 10 botellas de agua • Vasos • Computador con conexión a Internet

- In focus

Recursos Humanos:

Moderador: Andrea Velásquez

Anotador: Carolina Molina

TRANSCRIPCIÓN DE AUDIO

Se aplicó a cinco padres con hijos en distintos niveles educativos: Isadora, Consuelo, Omid, Wilson, Luis. Andrea Velásquez estuvo a cargo de dirigir la conversación.

Andrea: Listo, la primera pregunta que les voy a hacer es un poquito obvia pero me gustaría saber qué piensan ustedes o cuál es la diferencia que existe entre el tiempo en que se educaron sus hijos y el tiempo en que se educaron ustedes? Hay alguna diferencia ahí? Wilson, dígame, hay alguna diferencia?

Wilson: Si, pienso que sí hay bastante diferencia.

A: ¿Por ejemplo?

La cuestión digamos, en el sentido digamos que antes no habían los métodos de ahora para acceder a los estudios no? Por ejemplo ahora los chicos dependen de ellos mismos, no dependen ya mucho de uno (como padre) porque ellos si les mandan una investigación o una consulta ellos van al internet y lo consultan, eso ha hecho que nosotros como padres tengamos/perdamos el control de verificar de cierta manera el estudio de ellos. Yo veo que ha cambiado bastante en relación a ...

A: ¿Puede ser que tenga mayor facilidad a la información?

W: Claro, tienen mayor facilidad al mismo tiempo, pero al mismo tiempo nosotros como padres se nos hace también más complicado revisar esos trabajos.

A: Isadora?

Isadora: A ver, claro que existía una diferencia, existen en que en cuanto a la tecnología. Cuando yo acababa el colegio, recién empezaban a implementar en mi colegio el área de cómputo, entonces yo ya no tenía computación, entonces para ir a la par con mis hijos yo tuve que prepararme, entrar a estudiar y empezar a conocer lo que es una computadora. Ellos tienen la información en el instante en que se produce, nosotros teníamos que ir a una biblioteca a consultar no? Y generalmente era una información de la gente que ya se había hasta muerto inclusive. Entonces los chicos tienen ahora en la tecnología la posibilidad de capacitarse pero también información que es buena y tan buena.

A: Consuelo?

Consuelo: Bueno hay mucha diferencia en el tiempo en cuanto a estudio por ejemplo yo creo que ahora a mí se me hace que es más fácil. En el tiempo de nosotros nos mandaban unas tesis largas, se acuerdan? Y comprendía el año de estudio de todo el año, en cambio ahora en cada trimestre, o cómo es que le llaman ahora? Quimestre... les toman pero de lo que les han dado en ese período. Así está no? Y en nuestro tiempo yo me acuerdo para mí era más complicado porque había que estudiar la materia y de todas, todito acumulado y de ahí nos sorteaban la tesis. Yo por ejemplo en ese sentido veo que está fácil ahora para los chicos, ahora hay tanto colegio, en nuestros tiempos eran ciertos colegios no más y eran más estrictos. Ahora veo que esa parte es más fácil, ellos eligen un colegio y ya están... eso antes pues nosotros yo recuerdo que nuestros padres no iban mucho al colegio a averiguar pero en cambio donde lleve una mala nota, o sea como que éramos más responsables me parece antes... no sé

A: Luis?

Luis: Bueno, anteriormente también habían, por ejemplo, yo le veo diferencia en la exigencia de los profesores, o sea porque también las leyes eran diferentes. Uno que no lleve el deber era traer el representante y en la casa era un problema entonces había otro tipo de exigencia, bueno los profesores como los antiguos que habían, cuatro profesores en el técnico porque yo tuve la oportunidad de estudiar ahí y cuando salíamos del técnico era a nivel nacional junto con el Bernardo los personajes de Loja salían de ahí y resaltaban en todas las universidades yo tengo muchos compañeros que están fuera del país, que están por Abu Dhabi por ahí, pero se dedicaron bastante al estudio no? Claro que Lo que hay en internet conseguir los juegos de red y todas esas cosas, si les quita, les roba el tiempo para que se dediquen más al estudio. Ahora por ejemplo mandan un problema de razonamiento se lo pone en Google y sale la respuesta en seguida entonces ya no se esfuerzan como lo hacíamos antes, antes se reunían para hacer el deber entre dos

personas, en cambio ahora más fácil en el internet ya ven la respuesta y listo, entonces creo que antes si habían profesores más que todo la metodología si era más exigente que ahora.

A: Omid, hay diferencia?

O: Obviamente, al igual que todos, concuerdo con la misma respuesta, la tecnología marcó un, como quien dice le dio la vuelta a la tortilla radicalmente no? Entonces ahora los chicos tienen un gran acceso a un montón de información el cual también un 20 o 30% es información basura, entonces no pueden realmente... eh han perdido esa capacidad también, no sólo ellos, es culpa de nosotros también porque no hemos inculcado a que por ejemplo la búsqueda en internet sea de fuentes que sean por decir Wikipedia tiene fuentes que son constantemente verificadas entonces son una fuente válida para consultar. Pero no poner googlear alguna información y lo primero que sale creen que es todo eso es cierto, entonces eso también.. y por otra parte la cuestión que dijo Luis, es también muy importante, el cambio de leyes ha marcado yo creo que de cierta forma para mal a que los padres tergiveremos las exigencias con crear vagos, y yo no hago eso* porque yo veo ahora o sea los casos de reclamos de padres en cuanto a exigencias realmente de los profesores se tornan realmente en juicios con abogados y eso me parece tan absurdo, no puede ser que se tome acciones... las nuevas leyes y el nuevo sistema educativo ha hecho que los maestros y los directores de las instituciones vayan perdiendo la batuta y se ve eso a diario y me parece pésimo, pésimo de nosotros como padres el permitir eso y pésimo también obviamente porque la ley también como que tiene aprisionadas las instituciones y a los maestros a no poder realmente hacer todo lo que quisieran hacer porque por miedo a que los denuncien.

A: Hablando de este acceso al internet, ustedes como padres permiten o tienen internet en su casa?

I: Por supuesto

A: Todos? Y ustedes permiten que sus hijos tengan por ejemplo un smart pone, un dispositivo móvil como este?

I: Bueno, en mi caso mi hija tiene un Iphone

A: Qué edad tiene su hija?

I: Tiene 15 años, el mayor por supuesto también porque está en la universidad, pero para funcionar necesita wi-fi y yo me traigo el wi-fi cuando no estoy en la casa; me traigo el aparato y lo ando a traer conmigo.

P: es una manera de controlarlo

I: Sí, porque también tengo un hijo que es pequeño y entonces la información que reciben es extremadamente complicada, entonces prefiero cuando yo estoy ahí.

A: Consuelo? Qué edad tiene tu chico?

C: 16 años una nena de 16 y otro de casi 18.

A: Los dos tienen teléfono inteligente? Y usted Wilson?

W: Igual tengo un hijo de 17, una hija de 22 y una pequeña de 10 años.

A: Y los tres tienen teléfono?

W: No, la pequeña no.

A: Omid?

O: Yo tengo, la mayor tiene pero yo tengo internet en mi hogar, tiene ella su teléfono no tiene plan de datos obviamente, es más por la cuestión de comunicación pero en la casa tiene su tablet, pero tanto la computadora como la tablet yo la tengo con filtro de privacidad todo, todo el sistema de internet de la casa lo tengo con filtros, entonces no pueden entrar a cualquier parte porque necesitan claves.

A: Luis?

L: También, en la casa hay internet.

A: y tienen con acceso a plan de datos?

... bueno yo lo tenía para cuando tenían que hacer los deberes

A: Ustedes tienen un teléfono inteligente? Se comunican con sus hijos a través de este medio?

Todos: Sí.

A: En el tema de el acceso a internet, últimamente ustedes conocen el tema de las redes sociales por ejemplo el tema del Facebook, sus hijos tienen perfil en esta red social?

O: Si pero con mi autorización, o sea yo sé sus claves y todo. O sea fue mi condición, puedes tener Facebook pero yo tengo que tener tu clave porque si vas a chatear con tus amigos y no hay nada malo en ello yo puedo ver historiales, puedo ver ++ o sea tengo programas para ver a donde puede ella entrar, qué ha estado haciendo, necesito ver porque es cantidad de información basura que le puede llegar, de hecho tiene facebook hace tres meses y ella tiene 13 años. Ya me venía pidiendo un montón de tiempo igual acepté con sus ciertas reglas. En la casa ella tiene la tablet pero puede estar por ejemplo 45 minutos no más el Facebook no puede estar abierto.

A: Luis, su chico tiene perfil?

L: Si

A: Usted tiene un perfil en Facebook?

L: También

A: Y es amigo de su hijo?

L: También para poder controlar como está, los mensajes que le llegan y todo eso. O sea lo que siempre le he dicho es sabes que yo quiero confiar mucho en ti, no? Yo tengo las claves, incluso tengo las ubicaciones para poder saber todo el rato donde está sobre todo por eso. Pero el hecho es que yo quiero confiar en ti, quiero que me digas siempre la verdad, si lo tengo de amigo en el Facebook.

A: Usted cree que su hijo tiene la suficiente criticidad como para decir esto es bueno o es malo cuando ve algo en internet?

Yo opino que todavía no tienen la edad suficiente para poder diferenciar que es bueno y qué es malo no? Y como ellos todavía digamos son inocentes piensan que todas las personas actúan de buena fe como ellos, pero

conozco de otras personas que incluso tú en internet puedes ver una persona con nombre de mujer siendo hombre, o sea hay tantas cosas en internet que no son buenas, o sea el tema se trata de ir viendo información buena pero así mismo como dice Omid hay mucha basura en internet

O: Tiene que filtrarse por ejemplo yo una vez al mes reviso, no reviso todos sus chats pero si reviso su lista de amistades. Si ha habido un par de veces que le pregunto oye quién es

esta persona, por ejemplo una persona que tiene 17 años. Le digo es tu amigo? Si es amigo de ni sé quien... No es tu amigo, bórralo, no puedes aceptar a alguien en el facebook cuando ni siquiera saben quién es, esa foto puede ser falsa, puedes ser amigas de tus amigos, de gente que tú conoces, de primos, compañeros que están en tu mismo colegio, que son contemporáneos. No puedes tener amigos de 17 o 18 años, tiene 13 es una niña, entonces obviamente el contexto de conversación jamás va a ser el mismo.

A: Ustedes conocen las restricciones que existen por ejemplo en el tema de redes en el tema de Facebook conocen cuál es la edad mínima para que ellos tengan un perfil?

I: Sí, 18 años.

A: Bueno es un poquito menos que 18 sí? Pero si es que tienen sus hijos en todo caso...

O: Creo que es 15

A: Sí, es 15.

L: El rato de hacerle la cuenta a mi hijo me tocó falsearle la edad porque sino no permitía, lo mismo para el whatsapp

A: Tal vez conocen alguna otra red social en la que ellos participen aparte de Facebook?

I: A ver, está de moda el Snapchat, creo que es el que suben las fotos y ese sí lo superó al Facebook y ya los chicos casi no se comunican por Facebook, sólo por el Snapchat y el Instagram, las dos son las que más. Tienen el Facebook sólo para que los papás veamos si se están portando bien

A: Se dieron cuenta de cierta forma.

L: Esa es la que se envían fotos y lo ven en 5 min y se borra

I: Se mandan mensajes hablando Hola amigo y ese si ya no.... Es que ya es difícil que nos acepten entonces ya no hay como.

W: Claro, de cierta manera, control total no se puede tener es imposible porque tiene un amigo el internet van a una cabina, lo que sea, siempre van a tener chance, además que hay que confiar en la forma de que los muchachos se los va guiando, se los va criando, porque en realidad tienen ellos cierto control.

O: Básicamente yo creo que el tema, por ejemplo el caso de tener acceso a su Facebook no es tanto porque yo no confío en ella sino porque la puedan engañar muy fácilmente que eso

es lo que mayoría de las veces sucede, pero fuera de eso yo creo que sí ya es cuestión muy personal, yo creo que sí depende mucho el desarrollo de la parte moral y espiritual dentro de la casa, o sea eso manda fuera de un montón de cosas, yo igual o sea no teníamos acceso a tecnología cuando yo estaba en el Comil, en el colegio pero dentro de mi gallada dos compañeros eran drogadictos, o sea fumaban delante de uno y toda la cosa. O sea yo sabía que estaba mal entonces tenía mi propio, podía discernir que estaba bien o estaba mal. Yo creo que la cosa va un poco más allá.

A: Es lo que me ha pasado conversando con todos los papitos, llegan casi siempre a la misma conclusión. En el tema de otros medios, por ejemplo en el tema de Televisión, sus hijos ven televisión?

W: Si.

A: Y ustedes pueden darme la diferencia entre el tiempo que pasan en internet y en televisión, a qué medio crees que le dediquen más tiempo?

O: Internet

A: Internet, Isadora?

I: Sí, bueno mi hijo pequeño a televisión, porque tiene restringido casi todo y mi hija sí al internet.

A: Usted Wilson?

W: Sí, casi más tiempo al internet, pero sí igual ven televisión. A mi hijo le encanta el fútbol, programas así, las películas de acción, comedias. Si ve, pero ya más..

A: ¿Sus hijos que ven en televisión?

I: Ya ni ven mucha televisión, pero dibujos animados y súper modernos, o sea ya nada que ver con Mazinger que me encantaba ver a mí

A: Televisión por cable, en serio?

C: ...Eso les gusta a ellos

W: a mis hijos por ejemplo les encanta lo que es cuestión pastelería, esas cosas, ellos ven esos programas

O: para ver recetas

A: El tema de prensa, sus chicos leen prensa? Les ven tomar algún periódico alguna vez?

C: el mío sí

W: el mío sí

I: Bueno la profesora de ciencias naturales les dijo que todos los días lunes tienen que llevar un recorte de periódico y una cápsula científica, entonces son desesperados por el periódico el día anterior, por lo menos ese día, y como la cápsula científica no sale el domingo entonces tienen que estar pendientes. Ese rato sí, de ahí para decir que leen el periódico no.

A: Por ejemplo cuando ellos, ustedes ven que quieren enterarse de alguna noticia, a qué medio creen que recurren?

I: al internet

L: las redes sociales, como ahora hay un accidente ponen en red más rápido que en las noticias

O: o sea igual en las versiones digitales de toda la prensa está inmediatamente

L: pero igual cuando me entero por medio del Facebook accidente en tal lado y tales y tales antes de ver por las noticias

O: en realidad yo no veo ni las noticias, me enferman, es que no dan nada de bueno

W: o sea no dan una información, mejor dicho de una forma correcta, o sea si hubo un accidente lo que tratan de sacar es el bus accidentando, cuántos muertos hubieron, pero ya no es como antes se enteraba uno de un accidente o algo sin morbo y todo eso.

A: Hablando de este tema, ustedes conocen las regulaciones que existen, que tiene el país o los medios de comunicación, por ejemplo en el tema de televisión o como se regula la programación, conocen?

W: Sí

A: Por ejemplo?

W: ahora creo que están regidos por la Secretaría de Comunicación, los programas que no son autorizados tienen una sanción, Diario Extra por ejemplo, creo lo sancionaron

O: no, y están programas, hay montones de programación basura

I: Si nos ponemos a ver la televisión nacional, son muy pocos los programas que valgan

O: Bueno en el cable tampoco es que hay, bueno por lo menos si hay opciones, tengo 60 canales diferentes y si hay unos 10 o 15 que si son buenos, es programación que sirve

A: Isadora decía algo de la televisión nacional

I: Sí, bueno hay restricciones en cuanto a los programas que se pueden transmitir o sea para los niños, no se puede dar lo que eran antes, o sea no puede haber mucha exhibición, programas que no sean aptos para todo público

W: Violentos

A: Bueno, finalmente a mí me gustaría preguntar, estamos hablando del tema central de valores, ustedes creen que los medios de comunicación pueden influir de forma positiva o de forma negativa sobre los jóvenes. O sea cuando ellos se exponen a un programa de televisión, cuando ellos se exponen a una noticia en prensa, cuando se exponen en el internet, ustedes creen que los valores de sus hijos pueden ser modificados por medios de comunicación? Me pueden dar un ejemplo específico?

I: A ver por ejemplo, hablando de la edad de nuestros niños, como decía un papito, o sea no distinguen claramente entre el bien del mal. Ellos aún pueden ser motivo de que tengan una influencia de los medios, no? La violencia por ejemplo, si los chicos se acostumbran a ver programas violentos es obvio que ellos van a distorsionar la realidad, creen que no hay consecuencia porque la mayoría de los programas violentos y aún de los juegos que utilizan nunca tienen, la persona que agrede o que comete actos violentos, nunca le cae la ley; entonces los chicos podrían distorsionar la realidad, o sea capaz que no me pasa nada, entonces yo creo que son influenciables por la edad que tienen.

C: Sí, inclusive entre los jóvenes yo veo que por ejemplo mi hijo siempre ve por ahí algunas películas y eso salen unas palabras feas y eso aprenden ellos.

A: En el tema de las chicas puede ser vestimenta? Patronos, moda?

L: por ejemplo los videos de reguetón, la ven a la modelo a la cantante que salió con la blusa ahí, entonces ya quieren ponerse igual, si les influye bastante.

A: Del tema de radio, sus hijos conocen alguna radio específica? La identifican?

C: 107.3 (la bruja)

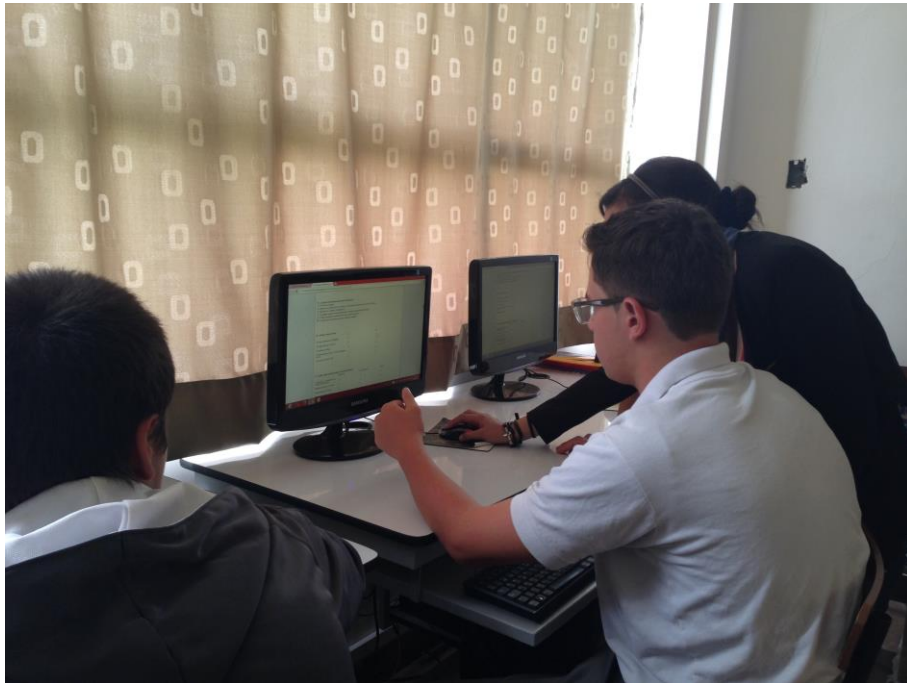
I: Kocodrilo Radio, les fascina por la música

A: Les pregunto porque es muy común que los jóvenes ahora utilicen un dispositivo móvil y bajan música, escuchen música a través del internet, entonces generalmente hay esta diferencia entre o sea porque hay mucho tiempo identificamos plenamente la radio. La radio como medio en general fue perdiendo un poco este espacio y este tema del nombre de la radio como tal. Lo que tenemos ahora es que los jóvenes escuchan música a través del dispositivo, a través de la radio, a través de video que lo bajan en internet no? Entonces incluso como les decía la radio como medio fue perdiendo ese espacio no? Claro, o sea todos los medios tienen sus pro y sus contras pero por eso les pregunto si identifican y generalmente lo que suele pasar es que identifican radios para jóvenes. Eso es mis estimados, ustedes no saben cuánto nos sirve esta información que nosotros tenemos este momento.

Lo que vamos a hacer en realidad es un poco contrastar lo que tenemos de sus chicos, contrastar lo que tenemos de los profesores y obviamente todas estas percepciones que tenemos de ustedes sumarlas al proyecto de investigación, fue entonces sumamente importante que ustedes nos comenten y nos digan y todo eso lo vamos a adjuntar en este caso tenemos del liceo pero hay obviamente otras experiencias con la immaculada, con el Beatriz, con todos los colegios y lo que esperamos como universidad es dejar toda esta información para después determinar estos resultados, poderlos exponer primero que nada y después plantear soluciones que es lo que nos corresponde como universidad. Les agradezco muchísimo por ayudarnos.

Anexo. Fotografías de los establecimientos educativos investigados

Unidad Educativa Antonio Peña Celi





Unidad Educativa Fernando Suárez Palacio



Liceo de Iloja



Colegio Iberoamericano San Agustín





Unidad Educativa San José de Calasanz



Unidad Educativa Eugenio Espejo



Unidad Educativa Tcrn. Lauro Guerrero Co-mil

