



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

“Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en estudiantes, docentes y padres de familia de 23 instituciones educativas públicas, privadas y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: tecnología y lenguaje”

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTORAS: Arévalo Hidalgo María del Carmen,
Reyes Varela Liliana Elizabeth.

DIRECTORA: Rivera Rogel, Diana Elizabeth, Ph.D.

LOJA – ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

PhD.

Rivera Rogel Diana Elizabeth.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración

El presente trabajo de fin de titulación “Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en estudiantes, docentes y padres de familia de 23 instituciones educativas públicas, privadas y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: tecnología y lenguaje”, realizado por Arévalo Hidalgo María del Carmen, Reyes Varela Liliana Elizabeth, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo que se aprueba la presentación del mismo.

Loja, diciembre del 2014.

f).

Ph.D. Rivera Rogel Diana Elizabeth.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Arévalo Hidalgo María del Carmen, Reyes Varela Liliana Elizabeth, declaramos ser autoras del presente trabajo de fin de titulación “Diagnóstico del nivel de competencias mediáticas audiovisuales en estudiantes, docentes y padres de familia de 29 instituciones educativas públicas, privadas y fiscomisionales de la ciudad de Loja, en las dimensiones: tecnología y lenguaje” de la Titulación Comunicación Social, siendo la Ph.D. Rivera Rogel Diana Elizabeth 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. 67 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.....

f.....

Reyes Varela Liliana Elizabeth
1104954555

Arévalo Hidalgo María del Carmen
1104783939

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico ese ser supremo que es luz en mi camino, a mis padres Andrea Varela y Hugo Reyes quienes han formado el equipo perfecto para mostrarme los colores y matices de la vida, a mis hermanas, Andrea, Lizzeth y Lizbeth quienes son la niña de mis ojos, mi motivación e inspiración, a Carlos por enseñarme a soñar y a mis amigos pulguitas quienes me animaron en los momentos más difíciles de mi vida y me acompañarán en los fructíferos.

Lily

El presente trabajo lo dedico ante todo a Dios por permitirme culminar este evento importante en mi vida. A mi madre Jackeline Hidalgo, por su sacrificio y apoyo incondicional. A mi tío Isauro, a quien adoro como mi padre, por estar presente en los momentos más significativos de mi vida. A mi hermano, Paúl, a quien quiero demasiado.

Mary

AGRADECIMIENTO

En primer lugar mi reconocimiento sincero a los docentes que formaron parte de mi formación profesional. De la misma forma, un especial agradecimiento a mi compañera de tesis, Liliana, por los buenos y malos momentos, por los ánimos que nos hemos dado en el camino. A ti, Fernando, por aguantarme, por escucharme.

Un trabajo, que no hubiera sido posible sin el apoyo y amor entregados por mi madre, que, de forma incondicional, entendió mis ausencias y malos momentos. Que a pesar de la distancia siempre estuvo a mi lado para saber cómo iba mi proceso.

Las palabras nunca serán suficientes para testimoniar mi aprecio. Familia y amigos gracias por estar siempre a mi lado. A todos ustedes, mi reconocimiento y gratitud.

Mary

Agradezco a todos quienes han aportado con su granito de arena a mi vida profesional y sobre todo a aquellos que me formaron en virtudes, les agradezco por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi existencia.

A quienes están conmigo y aquellos que permanecerán en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A mi más grande amor mi madre ya que sin ella no conocería el significado del amor y gracias a Dios por permitirme llevarla en mi corazón y verla a través del arcoíris.

Lily

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA 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 GRÁFICOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
1. MARCO TEÓRICO.....	5
CAPÍTULO 1: Nociones generales.....	6
1.1. Consumo cultural.....	6
1.1.1. Internet.....	6
1.1.1.1. Acceso a internet.....	6
1.1.1.2. Redes Sociales.....	7
1.1.1.3. Blogs.....	8
1.1.2. Televisión Digital.....	9
1.1.3. Radio en Internet.....	10
1.1.4. El cine en Internet.....	11
1.1.5. Habilidad digital.....	11
1.1.6. Destreza informacional.....	12
1.2. Alfabetización digital.....	12

1.2.1.	Nativos digitales.....	13
1.2.2.	Inmigrantes digitales.....	14
1.3.	Alfabetización mediática.....	15
1.4.	Alfabetización audiovisual.....	16
1.5.	Alfabetización informacional.....	16
1.6.	Alfabetización tecnológica.....	17
1.7.	Objetivos de la alfabetización mediática.....	18
1.8.	Competencia digital.....	19
CAPÍTULO 2. COMPETENCIA MEDIÁTICA.....		20
2.1.	Conceptos.....	21
2.2.	Antecedentes de competencia mediática.....	21
2.3.	Objetivos de la competencia mediática.....	22
2.4.	Dimensiones e indicadores.....	22
2.4.1.	Lenguaje.....	23
2.4.2.	Tecnología.....	24
CAPÍTULO 3. USO DE LAS TIC EN LA EDUCACIÓN.....		25
3.1.	Las TIC en el proceso de enseñanza- aprendizaje.....	26
3.2.	Influencia de las TIC en los procesos de enseñanza de los jóvenes.....	28
3.3.	Importancia de los padres en el uso de la tecnología.....	28
3.4.	Competencia digital docente.....	29
CAPÍTULO 4. LEY DE COMUNICACIÓN.....		31
4.1.	Regulación de contenidos.....	32
4.2.	Consejo de Regulación.....	33
CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA.....		35
5.1.	Investigación bibliográfica.....	37
5.2.	Investigación de campo.....	37
5.2.1.	Cuestionario.....	37
5.2.2.	Focus Group.....	39
5.2.3.	Población y muestra.....	39

CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	43
6.1. Análisis estudiantes.....	44
6.1.1. Datos sociodemográficos.....	44
6.1.2. Dimensiones estudiantes.....	48
6.1.2.1. Dimensión tecnología.....	48
6.1.2.2. Dimensión lenguaje.....	61
6.2. Análisis docentes.....	68
6.2.1. Datos sociodemográficos.....	68
6.2.2. Dimensiones docentes.....	75
6.2.2.1. Dimensión tecnología.....	75
6.2.2.2. Dimensión lenguaje.....	88
6.3. Focus group padres de familia.....	92
6.3.1. Datos sociodemográficos.....	92
6.3.2. Dimensiones padres de familia.....	94
6.3.2.1. Dimensión tecnología.....	94
6.3.2.2. Dimensión lenguaje.....	96
6.4. Comprobación de hipótesis.....	100
6.4.1. Hipótesis I.....	100
6.4.2. Hipótesis II.....	100
6.4.3. Hipótesis III.....	101
Conclusiones.....	102
Recomendaciones.....	104
Bibliografía.....	105
Anexos.....	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad media de los estudiantes.....	44
Gráfico 2 .Género de los estudiantes.....	45
Gráfico 3. Clasificación de las instituciones Educativas.....	47
Gráfico 4.Navegadores.....	49
Gráfico 5. Determinantes de uso del navegador.....	50
Gráfico 6. Pasos investigación online.	51
Gráfico 7. Uso de herramientas tecnológicas	53
Gráfico 8. Actividades online.....	54
Gráfico 9. Interacción de redes sociales.....	56
Gráfico 10. Uso de redes sociales.....	57
Gráfico 11. Identificación conceptual de herramientas tecnológicas.....	58
Gráfico 12. Uso de programas de edición de video.....	59
Gráfico 13. Uso de distintas herramientas de edición de video.....	60
Gráfico 14 Comprensión de contenido audiovisual.....	62
Gráfico 15. Detención de lenguajes verbal, visual y musical en video.....	63
Gráfico 16.Manipulación de programas de edición audiovisual.....	65
Gráfico 17. Selección de herramientas de edición utilizadas.....	66
Gráfico 18. Construcción de historia visual.....	67
Gráfico 19. Edad docente.....	68
Gráfico 20. Tiempo de docencia.....	69
Gráfico 21. Sexos docentes.....	70
Gráfico 22. Tipo de institución educativa con nombres respectivos.....	72
Gráfico 23. Cursos a los que imparte el docente.....	73

Gráfico 24. Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.....	74
Gráfico 25. Recursos tecnológicos con los que cuenta la institución.....	76
Gráfico 26. Tablet, Concepto y funciones.....	77
Grafica 27. Conocimiento de la relación que existe con la publicidad de los navegadores de búsqueda.....	79
Gráfico 28. Uso y función del GPS.....	80
Gráfico 29. Docentes que poseen Smart Phone.....	81
Gráfico 30. Conocimiento de utilidades del Smart Phone.....	82
Gráfico 31. Recursos educativos tecnológicos utilizados por los docentes.....	84
Gráfico 32. Control de contenido dentro de las instituciones.....	85
Gráfico 33. Conceptualización del programa Movie Maker.....	86
Gráfico 34. Capacidad de manejo de las herramientas digitales de edición audiovisual...	87
Gráfico 35. Capacidad de distinguir los códigos transmitidos en los mensajes de los medios de comunicación.....	89
Gráfico 36. Capacidad del docente de comunicarse a través de los medios adecuadamente.....	90
Gráfico 37. Uso conveniente de los diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.....	91
Gráfico 38. Sexo (padres de familia).....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precauciones en el uso de internet	7
Tabla 2. Características de los nativos digitales	14
Tabla 3. Características de los inmigrantes digitales.....	15
Tabla 4. Edad y sexo (estudiantes).....	44
Tabla 5. Colegios encuestados.....	46
Tabla 6. Navegadores.....	48
Tabla 7. Determinantes de uso del navegador.....	50
Tabla 8. Pasos investigación online.....	51
Tabla 9. Uso de herramientas tecnológicas.....	52
Tabla 10. Actividades online.....	54
Tabla 11. Interacción en redes sociales.....	55
Tabla 12. Uso de redes sociales.....	56
Tabla 13. Identificación conceptual de herramientas tecnológicas.....	58
Tabla 14. Uso de programas de edición de video.....	59
Tabla 15. Uso de distintas herramientas de edición de video.....	60
Tabla 16. Comprensión de contenido audiovisual.....	61
Tabla 17. Detención de lenguajes verbal, visual y musical en video.....	63
Tabla 18. Manipulación de programas de edición audiovisual.....	64
Tabla 19. Selección de herramientas de edición utilizadas.....	65
Tabla 20. Construcción de historia visual.....	67
Tabla 21. Edad y tiempo de docencia.....	68
Tabla 22. Género al que pertenece el docente.....	70
Tabla 23. Tipo de institución educativa con nombres respectivos.....	71

Tabla 24. Cursos a los que imparte el docente.....	73
Tabla 25. Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.....	74
Tabla 26. Recursos tecnológicos con los que cuenta la institución.....	76
Tabla 27. Tablet, Concepto y funciones.....	77
Tabla 28. Conocimiento de la relación que existe con la publicidad de los navegadores de búsqueda	78
Tabla 29. Uso y función del GPS.....	80
Tabla 30. Docentes que poseen Smart Phone.....	81
Tabla 31. Conocimiento de utilidades del Smart Phone.....	82
Tabla 32. Recursos educativos tecnológicos utilizados por los docentes.....	83
Tabla 33. Control de contenido dentro de las instituciones.....	85
Tabla 34. Conceptualización del programa Movie Maker.....	86
Tabla 35. Capacidad de manejo de las herramientas digitales de edición audiovisual....	87
Tabla 36. Capacidad de distinguir los códigos transmitidos en los mensajes de los medios de comunicación.....	88
Tabla 37. Capacidad del docente de comunicarse a través de los medios adecuadamente.....	89
Tabla 38. Uso conveniente de los diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.....	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Elementos de la Alfabetización informacional.....	17
Cuadro 2: Dimensión de lenguaje.....	23
Cuadro 3: Dimensión de Tecnología.....	24

RESUMEN

El auge de los medios de comunicación y de las TIC, provocaron cambios en la sociedad; y estos cambios, están transformando las expectativas acerca de lo que los estudiantes deben aprender en un mundo caracterizado por los sistemas y redes de comunicación y de información multimedia.

Sin embargo, pocos son las investigaciones que se encargan de analizar y diagnosticar el grado de competencia mediática, que tienen los estudiantes y su entorno directo (padres de familia y docentes). Se requiere de un análisis que evalúe de forma sistematizada el tema ofreciendo una mejor formación académica, empezando con la alfabetización mediática.

Los datos obtenidos apuntan a que los docentes y padres de familia poseen poco conocimiento en la utilización de tecnologías en el proceso de enseñanza–aprendizaje, mientras que los estudiantes tienen un alto nivel de familiarización con estas herramientas, aunque no su uso adecuado.

A partir de estos resultados se pretende proponer la implementación de temáticas en la malla curricular que se impartan en las aulas; acordes al uso de las TIC desarrollando en los estudiantes su nivel de competencia mediática.

Palabras clave: Competencia mediática, Tic's, tecnología, comunicación, docentes, padres, estudiantes.

ABSTRACT

The rise of media and ICT, led to changes in society; and these changes are transforming expectations about what students should learn in a world of systems and communication networks and multimedia information.

However, few investigations that are responsible for analyzing and diagnosing the degree of media literacy, with students and their immediate surroundings are parents and teachers. Therefore, it requires an analysis to assess the issue in a systematic way to provide better education starting with media literacy.

The data obtained in this study suggest that teachers and parents have little knowledge in the use of technology in the teaching - learning, while students have a high level of familiarity with these tools, but do not know the use suitable. Thus, their poor ability to interact meaningfully with the media does not generate a social and cognitive progress.

The data obtained will serve to be clear about the strengths and weaknesses that owns the media shows and from them to propose the implementation in the thematic curriculum that can be taught in the classroom are; thus, students will develop their audiovisual competence and may generate knowledge using technological innovations to support.

Keywords: Media Competition, Tic's, technology, communication, teachers, parents, students.

INTRODUCCIÓN

La educación como toda actividad humana no puede permanecer al margen de los avances científicos y tecnológicos, que contribuyen al éxito de las actividades del hombre; por lo mismo, es indispensable que la orientación pedagógica permita que los textos mediáticos penetren en las aulas.

La importancia de un desarrollo de competencias mediáticas audiovisuales, surge con el impulso de la tecnología y su impacto social, siendo en la actualidad una necesidad no solo para los jóvenes quienes constituyen el futuro sino para sus guías directos, docentes y padres de familia.

El estudio del presente proyecto es parte de una investigación interna denominada "Competencias mediáticas en jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones educativas públicas, privadas y fiscomisionales del Ecuador", en el cual trabaja un grupo de docentes del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL, con la asesoría del grupo de investigación de la Universidad de Huelva. Esta investigación se constituye como pionera a nivel de Ecuador y servirá como referencia para futuras investigaciones que se realicen en el país.

Es prioritario realizar este tipo de investigaciones con el ánimo de conocer la forma de enseñanza - aprendizaje en los centros educativos públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja; de esta manera, se podrá sugerir la incorporación de nuevas estrategias educativas que permitan a la sociedad en general desenvolverse en un mundo globalizado tecnológicamente.

Además, es de relevancia señalar que la presente investigación servirá para enriquecer el proceso pedagógico a través de la adecuada aplicación de la tecnología como sistema innovador de educación por sus características de interactividad; además, de ser de trascendencia en la sociedad, debido al gran crecimiento de medios y herramientas tecnológicas.

Debido a que el Ministerio de Educación de Ecuador está abierto a sugerencias temáticas para el desarrollo de la educación, los datos recolectados aportarán para que se conozcan las falencias y las fortalezas del actual sistema educativo, refiriéndose a docentes que necesiten capacitaciones para impartir competencias mediáticas y a padres de familia que participen en la educación de sus hijos; ya que se considera que el estudiante engloba un circuito de aprendizaje en donde coexiste uno con otro.

La investigación se dividió en cinco partes: El marco teórico que comprende el consumo cultural en los medios digitales. El segundo capítulo detalla los conceptos básicos sobre competencia mediática. El tercer capítulo abarca el uso e influencia de las TIC en el proceso de desarrollo cognitivo de enseñanza-aprendizaje de la muestra en sí, regulando los contenidos emitidos por los medios. El cuarto capítulo abarca las diferentes alfabetizaciones consideradas importantes para ser una persona competente mediáticamente. El último capítulo permite observar los resultados, comprobación de hipótesis y conclusiones.

El trabajo de campo permitió obtener la información requerida sobre las falencias educativas en competencias mediáticas audiovisuales que presentan los estudiantes, docentes y padres de familia. Para recolección de los datos se realizó dos tipos de encuesta online sobre competencia mediática y consumo cultural dirigida a estudiantes y a los docentes. Para la evaluación de los padres de familia de los estudiantes encuestados se realizó un grupo focal para determinar su participación en el desarrollo educativo de sus hijos.

La evaluación de las competencias mediáticas audiovisuales en los 23 colegios de la ciudad de Loja en los que constan públicos, privados y fiscomisionales aplicables determinará cuáles son las mejoras educativas necesarias en el ámbito mediático para los estudiantes y si los docentes están capacitados para dirigir a sus estudiantes en el uso adecuado de las herramientas tecnológicas; de la misma manera a los padres de familia que son la guía educativa de sus hijos en el hogar.

Para el desarrollo de las competencias mediáticas audiovisuales es necesario tomar en consideración seis dimensiones: lenguaje, tecnología, recepción e interacción, producción y difusión, ideología y valores; y estética. En el presente estudio de investigación se ha profundizado en las dimensiones de Lenguaje y tecnología al ser las bases del desarrollo sostenible del entorno mediático; de aquí parte la importancia de la investigación ya que conocer, manejar y entender las herramientas tecnológicas son a nivel educativo una necesidad impostergable.

El desarrollo de la investigación permitió cumplir con los objetivos planteados así como dar respuesta a las hipótesis formuladas generando las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Consumo cultural.

La fuerte presencia de los medios de comunicación en las sociedades actuales exige la necesidad de contar con ciudadanos cada vez más competentes, activos y críticos ante la aglomeración del conocimiento en el que estamos inmersos.

Según Bourdieu (2012), uno de los aspectos fundamentales que debe ser considerado a la hora de realizar un estudio sobre consumo cultural es el campo cultural, ya que este es entendido básicamente como el espacio físico en el que se llevan a cabo las relaciones de los sujetos con los bienes culturales; por ello, cualquier uso y apropiación de un bien o servicio cultural, por muy aislado que parezca, se encuentra mediado por las características del campo cultural en que se desarrolla.

1.1.1. Internet.

Internet, la red de redes, comprende dispositivos conectados entre sí creando una intercomunicación. Este medio de comunicación apareció en la década de los años 60 como parte de una investigación militar, la misma permite que realizar investigaciones, entretenerse, manejar negocios de forma eficaz y rápida, haciendo de este proceso un aporte efectivo al desarrollo tecnológico.

No se puede hablar del progreso del internet sin pasar por el uso del computador ya que las facilidades que presentan unidos permiten la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global; a través de redes de ordenadores denominada la World Wide Web.

1.1.1.1. Acceso a Internet.

Castells (2001) en su libro “La Galaxia Internet” explica como la comunicación tradicional mutó con la aparición de la tecnología y como el conocimiento almacenado y difundido a la velocidad de la luz forjó el soporte sostenible del crecimiento de la ciencia.

Las fuentes de conocimiento que se difunden por la red y su velocidad dependen en gran medida del ingreso económico del entorno familiar de la persona (Rodríguez, 2012); aunque un factor determinante sean los ingresos familiares, se tiene que tomar en consideración la alfabetización mediática impartida por los docentes y del entorno digital al que se ven sometidos los individuos sociales, ya que son la base estructural del desarrollo.

Tabla 1. Precauciones en el uso de internet

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
ACCESO	Existen varios lugares o sitios a los que solo un determinado grupo de personas tiene acceso, es decir son sitios restringidos.
SEGURIDAD	Existen varios lugares que ofrecen información de dudosa procedencia, por lo tanto si no está seguro de que el producto que le ofrecen es totalmente confiable, entonces no lo acepte. Existen sitios web en los que se solicitan datos personales, usuarios contraseñas de cuentas de banco o claves de tarjetas de crédito. Nuevamente, si no está seguro, no visite la página o ciérrela. A través de la web también se puede encontrar virus que afecten al computador.
CENSURA	Se debe cuidar de quién accede a este medio y qué información. En el internet existen sitios no recomendables para menores de edad.
INSPECCIÓN	Mucha información accesible en este medio no es cierta. Es necesario verificar, contrastar la información y asegurarse de lo que se está leyendo.

Fuente: Ministerio de Educación Ecuador (2011)

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014)

Así como el internet brinda facilidades para la investigación mediante el acceso a documentos, recursos audiovisuales, gráficos, etc, es imprescindible conocer la fuente proveniente de estos recursos a utilizar, así como la página web de dónde va a ser extraída.

1.1.1.2. Redes Sociales.

Las redes sociales son un servicio de Internet que permite a cualquier cibernauta construirse un perfil público o semipúblico dentro de un sistema gestionado por un tercero; compartir relaciones experiencias, contenidos, etc. Con una lista de otros usuarios que, dependiendo de la privacidad autodefinida de su perfil, podrá tener acceso a todos los seguidores y a las experiencias de los miembros de las listas que sigan las suyas (Boyd, 2007).

Al compartir intereses comunes, las relaciones dentro de la comunidad suelen generar reglas de comportamiento compartidas y aceptadas por los miembros, ya sea de forma implícita o explícita. La identidad y la sensación de pertenencia son otras de las dimensiones grupales favorecidas por la interacción dentro de la comunidad (Robles, 2008: 39).

Por lo tanto, las redes sociales permiten compartir un mismo espacio en el que los individuos llevan a cabo un conjunto más o menos estable de relaciones, tienen como consecuencia la generación de intereses comunes entre los miembros y una relación de cadena que provoca mutaciones culturales por ideología compartida que genera comunicación.

Son accesibles y fáciles de manejar, cualquier persona puede crear una cuenta y proceder a comunicarse con amigos, familia, conocidos e intercambiar información de diversa índole. A través de aplicaciones muy sencillas proporcionadas por la propia red, se pueden crear álbumes de fotografías, colgar canciones, pequeños textos, jugar a mini juegos, publicar iconos que representen su estado de ánimo, etc. Toda esta interacción presentada por la red se ve sometida a normas de seguridad que se presenta al usuario.

1.1.1.3. Blogs.

Un blog, es una página web personal prefabricada, que permite publicar sin ninguna dificultad textos e imágenes sobre cualquier tipo de interés social. La facilidad de que otros usuarios puedan observar el contenido les permite potenciar las publicaciones con comentarios y transmisión de información convirtiéndolos así en una herramienta de consulta e información en internet.

Para crear un blog basta con abrir una cuenta en alguno de los muchos proveedores de alojamiento de blogs que hay en la actualidad (Wordpress, Blogger, Official Google Blog, etc.), elegir el nombre del sitio web, y empezar a escribir y publicar mediante un formulario muy simple parecido al correo electrónico.

El blog presenta la opción de modificar el diseño y el aspecto del mismo para personalizarlo incluyendo todo lo relacionado con la privacidad puede tener más de un autor, de manera que cada uno de ellos tenga su propia cuenta para acceder y escribir en él. Los artículos publicados se presentan en una sola página ordenados cronológicamente por fecha de publicación, por lo que el formato podría considerarse una especie de versión digital de las bitácoras por escrito de toda la vida.

Los blogs son muy populares en la actualidad pues permitan el contacto con otros amigos facilitando la transmisión de información y opiniones entre ellos. Por ese motivo al funcionar como “redes interconectadas”, los dueños de blogs suelen visitar otros de temáticas parecidas a las suyas o con las que comparten intereses, participando de manera activa generando “artículos” o “post” que son los mensajes de texto que escribe el propio autor, que aparecen automáticamente.

1.1.2. Televisión Digital.

La Televisión digital, es el resultado de la aplicación de la tecnología digital a la señal de televisión analógica, proceso que permitirá optimizar el espectro radioeléctrico e implementar nuevos servicios audiovisuales e interactivos con una programación diversa a través de este medio de comunicación.

Con este proceso no solo se ha llegado a obtener imágenes de televisión mejorada, sino también a la convergencia de varios medios: La televisión se está volviendo interactiva; existen enormes bases de datos centralizadas que les ofrecen a las organizaciones noticiosas un acceso instantáneo a archivos de noticias; y las computadoras pueden acceder a flujos de audio y video por internet. Se puede utilizar el teléfono celular para hacer una grabación en video o para mirar programas de televisión mientras se realiza otras actividades (Zettl, 2009).

El resultado directo de este progreso permite al individuo pasar de ser un miembro pasivo a un actor activo en la generación de información; por ello, el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, sostiene que la Televisión Digital es acogida por la sociedad debido a que lenguaje audiovisual presenta progreso tecnológico y comunicación interpersonal resultado de la demanda de los usuarios de calidad, movilidad, interactividad, portabilidad y multiservicios directamente a los medios televisivos.

Así, el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de Ecuador garantiza el derecho a la comunicación, inclusión, cohesión y equidad social a la población en general, así como la universalización del servicio de televisión abierta de manera libre y gratuita; se mejorará la calidad del servicio de televisión en cuanto al audio, video, nuevos servicios como interactividad; se promoverá la generación de contenidos de educación, salud y cultura que mejoren la calidad de la programación actual fomentando los valores nacionales; se promoverá la generación de fuentes de empleo y capacitación a los diferentes actores que participan en el proceso (Intel, 2014).

Para Suing, Mier y Ordóñez (2013) existen formas de acceso a la televisión, de origen posterior a la TDT, que son aceptadas sobre todo por los jóvenes como la televisión por internet, una experiencia individual más que colectiva. Frente a esto recapitulan lo que señaló Bustamante (en Albornoz y García-Leiva, 2012: 17); que la televisión es un «espacio masivo de producción de mensajes y [...] flujo masivo de mensajes audiovisuales integrado en múltiples redes y soportes». Anotan que quedan expectativas por conocer las formas de

consumo y establecer si la TDT mantendrá el sitio privilegiado en los hogares como medio dominante para entregar de contenidos.

1.1.3. Radio en Internet.

El Internet despeja un presente y abre un futuro promisorio. La radio en frecuencia modulada (FM) y amplitud modulada (AM) ya no tiene cabida para licitar más frecuencias pues el espectro electromagnético está saturado (Aguilar, 2009).

A diferencia de la radio tradicional la implementación de este medio tecnológico en la nueva era permite abrir un espacio de nuevas posibilidades comunicativas, mayor y fácil cobertura. Por ser un canal interactivo con nuevos formatos, altamente flexible y autónomo, contribuye a la descentralización del conocimiento y a la ampliación de audiencias con facilidad de montaje.

Entre las desventajas que se pueden presentar en el uso de la radio online se encuentra que el acceso a la radio tradicional es de libre recepción debido a su mayor alcance y tiempo que tiene en el mercado mientras que la radio en línea se necesita conexión a internet por lo que no se la puede escuchar en todo lugar aunque hay Internet inalámbrico o celular 3G, pero esto sólo sucede en áreas donde hay cobertura y aún son pocos los privilegiados que pueden pagar estos servicios.

Pero las desventajas que presenta la radio online se opaca con los beneficios que presenta este innovador medio en el Internet no hay que pedir permisos ni licencias de transmisión el dial cibernético es infinito.

La segmentación de audiencias permite transmitir información a distintos públicos abarcando más oyentes y finalmente gracias a las posibilidades multimedia se le da un agregado al oyente ofreciéndole desde la Web una mayor interactividad y participación.

García (2010) agrega en la página web radialistas apasionados del proyecto de la UNESCO:

- Secciones de textos y enlaces a webs donde profundizar los temas tratados en el programa.
- Salas de chat en vivo para enviar saludos y complacencias.
- Encuestas en línea de las canciones y artistas favoritos.
- Blogs del programa o la radio, donde los oyentes dejan sus opiniones.
- Foros y debates interactivos.
- Recibir llamadas a través de Skype para sacarlas al aire.

- Buscadores de empleo y tableros de anuncio compra-venta.
- Anuncios gráficos (banners) con publicidad. Así aumentan los ingresos tan escasos en las radios en línea.

1.1.4.El Cine en Internet.

El cine ha evolucionado a la par con la sociedad; es por ello que, la tecnología al estar en la cúspide como lenguaje utiliza este medio para permitir el desarrollo de actitudes y competencias semióticas con el uso de imágenes, esquemas e iconos que se producen de manera distinta tomando el nombre de efectos especiales ya que no se producen de manera manual como se realizaba en otro tiempo sino que se realizan mediante computadora.

La capacidad de almacenamiento que surgió como beneficio tecnológico para este arte, permitió vencer algunas dificultades técnicas como la reproducción de manera virtual ilimitada de una película íntegra, sin pérdida significativa de calidad, la visualización de películas online y la descarga de películas gratuitas desde la red. La interactividad de los cibernautas se presta gracias a los blog que se ponen a disposición de los usuarios para que presenten su opinión con respecto al material de video que han usado.

Pero con la descarga de algunos documentos de video se abrió el debate de propiedad intelectual en Internet. Los grandes estudios se quejan de las pérdidas que este intercambio origina, y los usuarios por su parte contraatacan alegando la democracia en la red.

1.1.5.Habilidad Digital.

En lo que la tecnología y manejo de información se refiere, el docente y las TIC desarrollan en el estudiante capacidades de usar el Internet para crear redes educativas con los distintos actores de la educación, compartir los aprendizajes que se generen en estas redes y generar una cultura escolar sobre el uso seguro de las TIC (Peña, 2014).

Además, su uso es fundamental en la aplicación de sus prácticas educativas, crea ambientes mucho más dinámicos y creativos, ayudando de tal manera que los estudiantes adquieran las habilidades necesarias para sobrevivir ante una sociedad cambiante y de impacto tecnológico.

Según el Blog de Formación continua BC (2014) las ventajas que se pueden tener en la educación son muchas, por ejemplo; los alumnos se convierten en protagonistas de su propio aprendizaje, reducen el tiempo en la búsqueda de la información, son capaces de analizarla, de evaluarla y tomar decisiones, lo cual los convierte en personas críticas, crea

en ellos una motivación ya que actualmente los alumnos se encuentran más familiarizados con el uso de las tecnologías que la de un libro.

1.1.6. Destreza Informacional.

Una vez que toda la información y el conocimiento está en la red, el contenido codificado, puede no ser el que se necesita; por lo cual, lo que se trata es de saber dónde está la información, cómo buscarla, cómo procesarla, cómo transformarla en conocimiento específico para lo que se quiere hacer. Esa capacidad de aprender a aprender, esa capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, esa capacidad es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural y al nivel educativo (Castells, 2001).

La gama de herramientas y sus contenidos son un apoyo y pueden constituir una traba si es que los docentes y padres de familia no tienen para con ellos una orientación adecuada.

Al conocer las debilidades y fortalezas presentadas en esta investigación en cuanto a las competencias mediáticas en la muestra seleccionada, se hace necesaria la implantación en la malla curricular de una materia en la cual durante la formación académica se forje el manejo adecuado de las herramientas y habilidades digitales, para que las destrezas informacionales sean innatas en los estudiantes como responsables del desarrollo social.

1.2. Alfabetización digital.

Para Ortega, 2013, la alfabetización no puede simplificarse en el conocimiento y manejo de las destrezas básicas lectoescritoras (hablar, escuchar, leer y escribir) en una sociedad actual. De ahí que sea preciso considerar la alfabetización en medios o audiovisual, ya que los aprendizajes de nuestra época son en clave audiovisual.

El continuo avance de la tecnología implica una transformación en la educación clásica, incorporando las TIC, para de esta manera mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje.

En este sentido, Gutiérrez (2003), habla de la alfabetización digital como la «alfabetización para la Era Internet», y la define como «la capacidad de acceder y utilizar los recursos de los ordenadores interconectados». También se refiere a la alfabetización digital como «la capacidad de comprender y utilizar la información de fuentes diversas y múltiples formatos, cuando se presenta a través del ordenador»

Desarrollar nuevas destrezas que permitan un proceso eficaz en la organización y distribución de la información a diario bombardeada por internet y los medios tradicionales es un reto en la actualidad.

Objetivos de la alfabetización digital.

Según Lázaro (2007), los objetivos de la alfabetización digital son:

- Proporcionar el conocimiento y uso de los dispositivos y técnicas más frecuentes de procesamiento y digitalización de la información.
- Proporcionar el conocimiento de los lenguajes que conforman los documentos multimedia interactivos y el modo en que se integran.
- Proporcionar el conocimiento y propiciar la valoración de las implicaciones sociales y culturales de las nuevas tecnologías multimedia en un mundo global.
- Favorecer la actitud de receptores críticos y emisores responsables en contextos de comunicación democrática.

1.2.1. Nativos digitales.

El cambio social y cultural provocado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación TIC ha dado paso a nuevos conceptos para quienes han nacido en un mundo tecnológico y quienes se han adaptado al mismo. Es así que uno de los conceptos más relevantes fue acuñado por el estadounidense Marck Prensky quien los define como aquellas personas que han crecido con la Red. Usuarios desenvueltos en un mundo de equipos informáticos, celulares móviles, videojuegos, internet, mensajería instantánea y más.

De la misma manera García (2007) los describe como los estudiantes, menores de 30 años, que han crecido con la tecnología y, por lo tanto, tienen una habilidad innata en el lenguaje y en el entorno digital. Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas y dependen de ellas para todo tipo de cuestiones cotidianas como estudiar, relacionarse, comprar, informarse o divertirse.

Cassany (2009) presenta algunas características que Prensky destaca en los nativos digitales:

Tabla 2. Características de los nativos digitales

Nativos Digitales
<ul style="list-style-type: none">• Procesamiento paralelo: multitareas.• Procesamiento e interacción rápidos.• Acceso abierto: hipertexto.• Multimodalidad.• Conexión en línea con la comunidad.• Paquetes breves de información.• Aprendizaje con juego y diversión.• Autoaprendizaje mediante tutoriales.• Interactivos.

Fuente: Cassany (2009:56).

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014)

Podemos concluir que los nativos digitales son personas que tienen la destreza de realizar varias tareas a la vez, conversar en línea con varios usuarios, consultar en internet, descargar música, gustan de leer información corta, etc. Para ellos la tecnología es imprescindible.

1.2.2. Inmigrantes digitales.

Aquellos que no nacieron en el mundo digital, pero que, en el proceso de su vida tuvieron que optar por utilizar la tecnología se denominan Inmigrantes Digitales.

García (2007), lo define de la siguiente manera:

Son aquellos que se han adaptado a la tecnología y hablan su idioma pero con “un cierto acento”. Estos inmigrantes son fruto de un proceso de migración digital que supone un acercamiento hacia un entorno altamente tecnificado, creado por las TIC. Se trata de personas entre 35 y 55 años que no son nativos digitales y han tenido que adaptarse a una sociedad cada vez más tecnificada.

La cultura en la que han estado envueltas estas personas ha sido dominada por los medios impresos, particularmente por los libros, con una educación mecanicista y verbalista; escasa en recursos audiovisuales, internet, equipos informáticos, etc. Es así que Prensky (2010) los distingue de los inmigrantes digitales como llegados más tarde a las TIC.

Cassany (2009), presenta las principales características que identifica Prensky en los inmigrantes digitales:

Tabla 3. Características de los inmigrantes digitales

Inmigrantes Digitales
<ul style="list-style-type: none">• Procesamiento secuencial, mono tarea.• Procesamiento e interacción lentos.• Itinerario único: paso a paso (lineal).• Prioridad de la lengua escrita.• Trabajo individual, aislamiento.• Textos extensos. Aprendizaje con trabajo serio y pesado.• Actualización mediante consulta física• (Libros, revistas, cursos).

Fuente: Cassany (2009:56).
Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014)

El inmigrante digital tiene un proceso más lineal para realizar las cosas. Deja en segundo plano a la tecnología, prefiere los libros, las revistas, los textos largos. A diferencia de los nativos digitales no navegan con fluidez en la web.

1.3. Alfabetización Mediática.

La alfabetización mediática es un área de conocimiento imprescindible en la Sociedad de la Información y el Conocimiento que promueve la lectura y recepción crítica de los mensajes, tanto de los medios masivos tradicionales: prensa escrita; cine, radio, televisión; como de los nuevos medios tecnológicos: Internet, videojuegos, teléfonos móviles, etc” (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, 2013).

El alfabetismo en medios desarrolla la capacidad del individuo para comunicarse en distintos contextos. Es un nuevo modelo de educación para el nuevo siglo el mismo que conduce a la comprensión del papel que juegan los medios en la sociedad.

“La Comisión de las Comunidades Europeas (2008) hace referencia a la alfabetización mediática como la capacidad de acceder a los medios, evaluar con sentido crítico diversos aspectos de los mismos, y su utilización desde una perspectiva creativa. Ello implica la necesidad de una competencia para el dominio tecnológico - instrumental de las diferentes tecnologías, la necesidad de analizar los medios desde una perspectiva tecnológica, y el dominio de aspectos estéticos para un uso creativo”.

Ante la plena vorágine del cambio social y cultural provocado por el desarrollo y generalización de las tecnologías de la información y comunicación es necesario reformular la cultura manejada históricamente por los medios impresos y particularmente por el libro por una nueva cultura que de entrada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC y de esta manera convertir a los usuarios en personas activas mediáticamente capaces de manejar las herramientas tecnológicas y analizar la calidad de los contenidos q se transmiten en las diversas plataformas de comunicación.

1.4. Alfabetización Audiovisual.

La importancia de esta alfabetización radica no solo en mostrar al mundo audiovisual como medio para ilustrar, sino también como el medio para que los alumnos actúen e investiguen la realidad y tengan la oportunidad de manifestar las aptitudes y el desarrollo de habilidades y destrezas específicas como la observación, así como desarrollar la capacidad de analizar y producir textos audiovisuales y de la misma forma prepararse para el consumo crítico de los productos de los medios de masas.

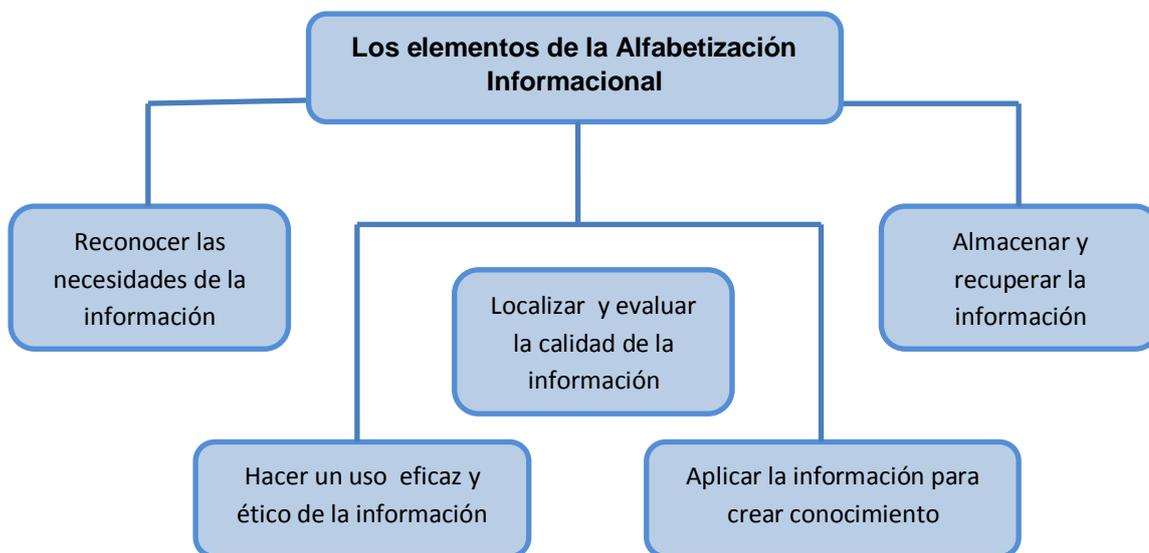
Rodríguez, (2011) define a la alfabetización audiovisual como un proceso educativo mediante el cual las personas se dotan de herramientas básicas audiovisuales para manejar autónomamente y con conciencia crítica la información y la cultura de la sociedad.

1.5. Alfabetización Informacional.

Alfabetización Informacional (ALFIN) permite a las personas conocer la función que tienen los medios de comunicación y a partir de ello ser parte activa y generadora de la sociedad del conocimiento.

La globalización y las TIC han cambiado la vida de las personas; por lo tanto, es importante preparar a los usuarios del nuevo milenio para que sean capaces de generar procesos de pensamiento que afecten cualitativamente su acción humana.

Una persona *alfabéticamente alfabetizada* tiene las destrezas de acceso y búsqueda de información, define claramente el tema, selecciona terminología, formula una estrategia de búsqueda, evalúa la calidad, importancia y conveniencia de esta información generando con ella un nuevo conocimiento.



Cuadro 1. Elementos de la Alfabetización informacional

Fuente: Catts, R., et al. (2009)

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

Se concluye de esta forma que la alfabetización informacional es la capacidad de utilizar la información de forma efectiva y gestionar los contenidos de forma independiente al soporte en el que se sitúen. Lo que los entendidos en el tema denominan: “Aprender a aprender”. Aprender, no solo implica obtener datos relevantes sino desarrollar destrezas y adquirir nuevas y mejores herramientas que le permitan generar conocimiento.

1.6. Alfabetización tecnológica.

Tiene como principal objetivo que una persona sea autónoma en el uso de diferentes herramientas, principalmente las informáticas. Esta competencia debe permitir desarrollar por una parte, las habilidades físicas de las herramientas y por otro lado la capacidad crítica para saber cuándo es preciso utilizar una herramienta concreta para conseguir un objetivo específico.

Implica saber de tecnología, cómo funciona, para qué puede servir y cómo se puede utilizar de manera eficiente y efectiva y conseguir los objetivos específicos. Una persona tiene

competencia tecnológica cuando: conoce las características y componentes físicos y estructurales que componen las TIC.

Ortoll (2007) manifiesta que una persona tiene competencia tecnológica cuando:

- Conoce las características y los procesos lógicos en que se basan las TIC, de manera que pueda dominar elementos de software concreto.
- Utiliza terminología y el vocabulario adecuados en relación a las TIC.
- Sabe utilizar diferentes herramientas y componentes asociados a las TIC.
- Conoce los elementos de ergonomía y seguridad relacionados a las TIC.
- Tiene una visión crítica y ética del uso de tecnologías tanto a escala individual como social.

Esta alfabetización consiste en ayudar a comprender que la tecnología es una actividad social, que involucra: un producto; alguien que lo produce; un propósito; un proyecto tecnológico; un ámbito de desarrollo y su relación con los demás campos de la realidad.

1.7. Objetivos de la alfabetización mediática.

El propósito de alfabetizar mediáticamente es poner en igualdad de conocimientos a los usuarios en cuanto al uso de las nuevas tecnologías para que ellos puedan enfrentarse al reto de interpretar lo que ven, lo que oyen, y de esta manera ser consumidores activos.

Para Ruiz (2011) los objetivos se dividen en dos ejes fundamentales:

1.- El desarrollo de las actividades cognitivas.

Además de tener acceso a la información y de desarrollar las habilidades necesarias para su tratamiento, el alumnado ha de ser capaz de valorar de forma crítica y selectiva los mensajes de los medios; de reflexionar acerca del discurso mediático y de tomar conciencia de su presencia en la propia vida personal, así como de sus hábitos y actitudes personales como consumidores de información. Se espera que la Alfabetización mediática les ayude a reconocer la manera en que los medios de comunicación influyen en sus percepciones y creencias y determinan sus opciones personales.

2.- El desarrollo de la conciencia ciudadana global.

Se pretende con este apartado que el alumnado sea capaz de reflexionar sobre las características del discurso de los medios; de que pueda tomar conciencia de sus hábitos y actitudes como consumidor de mensajes mediáticos, y como usuario de las tecnologías y

pueda adoptar ante los medios y las tecnologías una actitud crítica que le permita desechar las actitudes conformistas y superficiales.

1.8. Competencia digital.

Sustentada en habilidades básicas en materia de TIC: uso de ordenadores para almacenar, producir, presentar e intercambiar información, así como participar en redes de colaboración de internet.

Gutiérrez (2003), destaca algunas competencias básicas como:

- Esta competencia consiste en disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes una vez tratada, incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como elemento esencial para informarse, aprender y comunicarse.
- Está asociada con la búsqueda, selección, registro y tratamiento o análisis del análisis de la información, utilizando técnicas y estrategias diversas para acceder a ella según la fuente a la que se sacuda y el soporte que se utilice (oral, impreso, audiovisual, digital o multimedia). Requiere el dominio de lenguajes específicos básicos (Textual, numérico, icónico, visual, gráfico y sonoro) y de sus pautas de decodificación y transparencia, así como aplicar en distintas situaciones y contextos el conocimiento de los diferentes tipos de información, sus fuentes, sus posibilidades y su localización, así como los lenguajes y soportes más frecuentes en los que ésta suele expresarse.

En síntesis ser una persona competente digitalmente requiere la capacidad de manejar las herramientas tecnológicas, de obtener información de los distintos medios y soportes convirtiendo a este conocimiento en un nuevo aporte para la sociedad.

2. COMPETENCIA MEDIÁTICA

2.1. Concepto.

Competencia es una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes necesarias para un determinado contexto. De acuerdo a esta definición el individuo competente mediáticamente tendrá la capacidad de interpretar de una manera crítica el bombardeo de imágenes, contenidos y aplicaciones de comunicación presentadas a través de las innovaciones tecnológicas de la época que exigen al individuo desarrollar la autonomía personal y contribuir al desarrollo cognoscitivo mediante un compromiso social y cultural. (Aguaded, 2012).

Por lo tanto, la competencia se incorpora al espacio educativo y al relacionarse con los medios de comunicación aparece el concepto de competencia mediática, que se acoge por recomendación de la Eurocámara en el 2006 y reemplaza lo que se denominaba educación en medios (García et al, 2013).

De esta manera, se entiende por competencia mediática la capacidad de un individuo para desenvolverse en múltiples contextos digitales, aplicando todos sus conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y aptitudes, las cuales se desarrollan con el manejo de las herramientas tecnológicas.

2.2. Antecedentes de competencia mediática.

“La educación mediática, como cualquier forma de educación, parte de una idea del ser humano, al tiempo que la inspira” (Gozálvez, 2012).

Los medios de comunicación sufrieron una conversión de lo analógico a lo digital presentando una manera de comunicación distinta que generó la necesidad de los individuos de alfabetizarse mediáticamente en el nuevo entorno online.

Las facilidades para difundir ideas desde cualquier punto del mundo ha generado información basura la cual sin la adecuada guía presenta un obstáculo en el desarrollo cognoscitivo del banco informativo de la red; de aquí, nace la necesidad de que los estudiantes posean capacidad de análisis crítico frente a la cantidad por la calidad informativa.

Se presenta como un problema social el bajo desarrollo de las competencias mediáticas y su consecuencia es la incapacidad de los padres de familia y docentes de guiar a los estudiantes en el conocimiento y manejo adecuado de las innovaciones tecnológicas, el estancamiento de la época por falta de capacitaciones es visible.

Por ello, una sociedad que no genera conocimiento y no se adapta al desarrollo como los ámbitos sociales de estudio necesitan un plan a largo plazo aplicable en una malla de estudio que se imparta en las aulas con docentes que tengan capacitaciones previas y padres que conozcan los pros y contras del mundo digital, así se corrigen las presentes fortalezas y falencias mediáticas.

Las dimensiones de tecnología y lenguaje se ven fuertemente ligadas en el mundo de la información y comunicación digital, navegar en un mundo informático es cotidiano y pensar dentro de éste es importante para desenvolverse en la sociedad aunque los padres de familia y los docentes al no pertenecer al entorno de nacidos digitales deben capacitarse para servir de guías y agregar a sus recursos educativos herramientas tecnológicas que les permitirán ser individuos competentes en la sociedad actual.

2.3. Objetivos de la competencia mediática.

Para solventar las carencias mediáticas de los ciudadanos la solución que se presenta es la alfabetización digital desde las aulas y como deber por parte de los medios de comunicación generar programación que genere una estimulación hacia la sociedad para uso manejo y criticidad de la información.

Cabe resaltar que la capacidad de manejar y utilizar de manera adecuada las herramientas tecnológicas se logrará desarrollando lo que se denomina competencia mediática en los tres ámbitos sociales que coexisten; de esta manera, podrán comunicarse e informarse y sobre todo, ser miembros activos de la alimentación del conocimiento digital y su control.

Las instituciones educativas que forman parte de esta investigación se caracterizan por la lenta introducción de los cambios tecnológicos dentro de sus estructuras educativas; aquí la importancia del estudio del nivel de competencias mediáticas ya que pretende detectar necesidades y carencias para lograr que los estudiantes, docentes y padres de familia sean competentes en comunicación audiovisual en un entorno digital para hacer frente a un mundo globalizado.

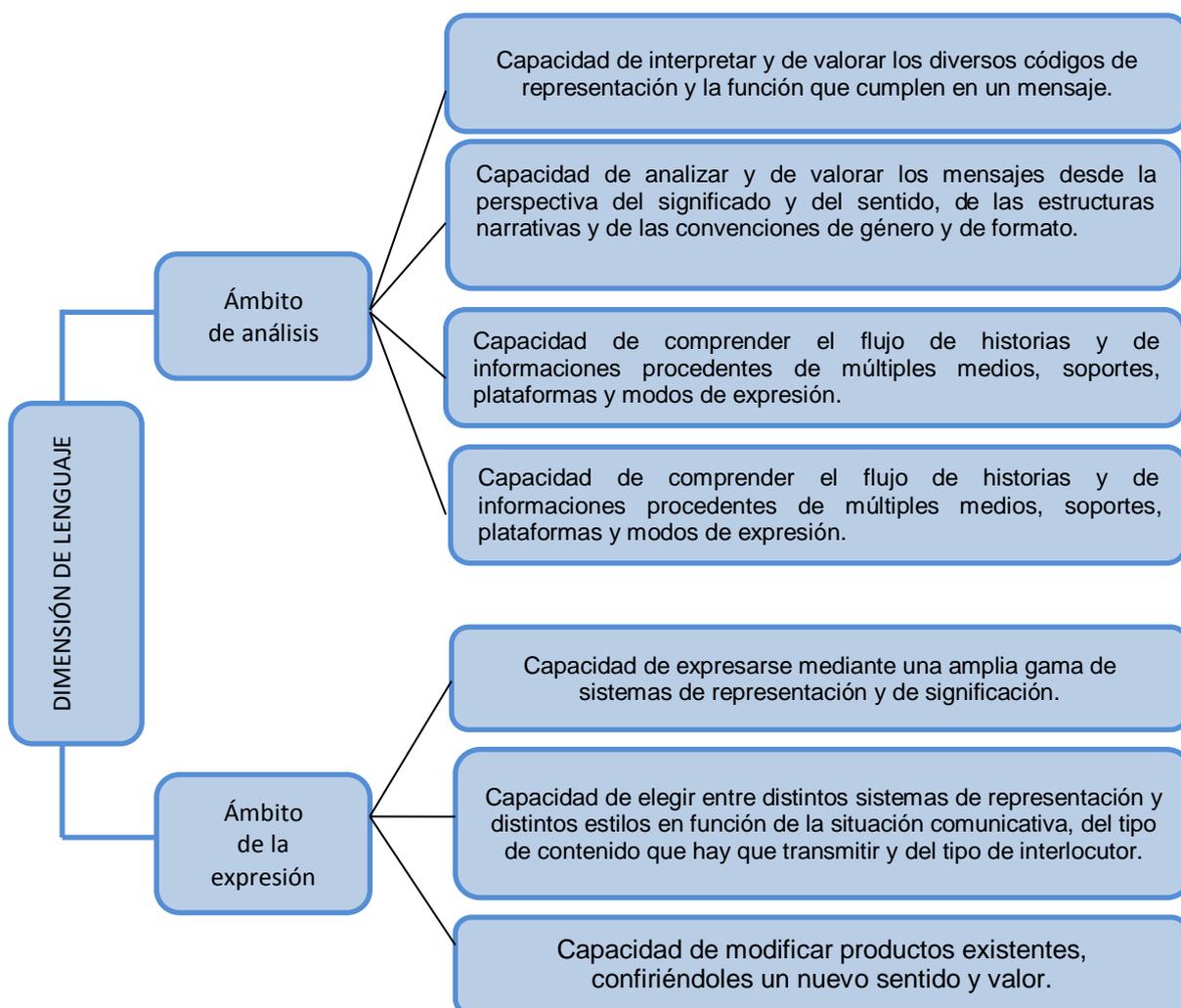
2.4. Dimensiones e indicadores.

Según Ferrés (2012) existen 6 dimensiones que se toman en consideración para detectar las necesidades y carencias en la educación mediática, estas dimensiones comportan el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes abarcando: lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, estética e ideología y valores. Cada una

de ellas presenta un desarrollo de competencia mediática que permitirá mediante una evaluación de indicadores detectar en nuestra investigación el ámbito de participación como personas que reciben mensajes e interactúan con ellos (ámbito del análisis) y como personas que producen mensajes (ámbito de la expresión).

2.4.1. Lenguaje

Esta dimensión surge con el internet como una herramienta de comunicación efectiva, esta evolución presenta a la sociedad un modo de expresión y pensamiento distinto que permite interactuar de manera fluida, clara y concisa.



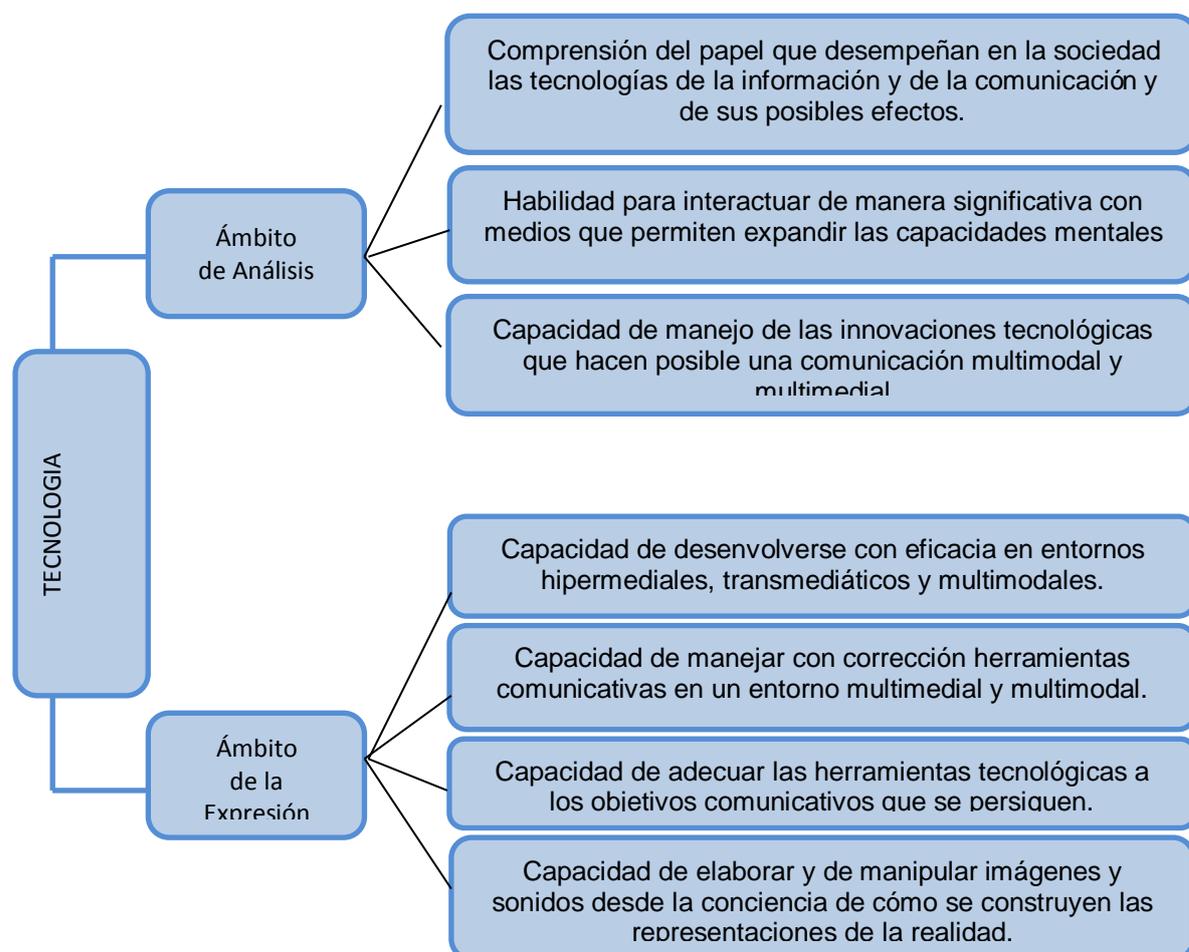
Cuadro 2. Dimensión de lenguaje

Fuente: Ferrés y Piscitelli (2012)

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

2.4.2. Tecnología

Ferrés y Piscitelli (2012), describe a la dimensión de tecnología como la herramienta que sostiene el desarrollo del conocimiento, la capacidad tecnológica parte de saber construir conocimiento con habilidades acumuladas con el manejo correcto de la tecnología.



Cuadro 3. Dimensión de lenguaje.

Fuente: Ferrés y Piscitelli (2012)

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

3. USO DE LAS TIC EN LA EDUCACIÓN

Analizar el cambio de la enseñanza tradicional así como la necesidad de incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación es de gran importancia debido al gran impacto de las mismas en el desarrollo social y educativo. En la actualidad, es preferible observar un video descargado del internet sobre algún tema en particular que leer sobre el mismo.

Ante esto las TIC proporcionan nuevos escenarios y entornos con una participación activa tanto del estudiante como del docente, que permite cooperar, aportar, compartir, distribuir y producir información, además de generar mayor interés en los estudiantes con análisis crítico. Se presentan para aprender y enseñar; por esta razón, la presente investigación recoge las ventajas de las TIC como aporte a la sociedad mostrando cuales son las falencias que presentan los estudiantes de la muestra seleccionada en su desarrollo educativo frente a las tecnologías y su uso adecuado, además del conocimiento de sus docentes y padres de familia que son su entorno de desarrollo.

Resulta necesario el estudio y análisis de los conocimientos actuales de los colegios de la ciudad de Loja, de sus métodos de enseñanza con respecto a las TIC para describir la realidad de la misma y servir de ejemplo para futuras investigaciones al momento de diseñar estrategias para el mejoramiento de la calidad de la educación, con jóvenes que no solo sean capaces de utilizar la tecnología sino que también tengan una capacidad crítica frente a la información a la que tienen acceso.

Para finalizar se presenta a las TIC como herramienta de apoyo sin límites definidos en: geografía, recursos económicos, participación ciudadana y distribución gratuita de información; es decir, pueden ser utilizadas por cualquier persona o entidad sin perjuicio del conocimiento que se comparte, su aplicación puede ser concebida virtualmente por todos.

3.1. Las Tics en el proceso de enseñanza- aprendizaje.

La perspectiva de un método de aprendizaje muy diferente al tradicional puede tornarse complicado para los educadores, si esto supone salir de su zona de confort y abrir las aulas al mundo y permitir la comunicación de sus estudiantes y la propia con el mundo.

Los beneficios como herramienta de enseñanza y aprendizaje según Segura (2007) son:

- Fuente de información y conocimiento, al poder acceder a documentación bibliográfica, prensa, recursos gráficos y sonoros, simuladores, e incluso poder realizar visitas virtuales a distintos lugares.

- Medio de comunicación y expresión, mediante el correo electrónico, foros y chats, una importante fuente de recursos educativos, que permite al profesor la utilización de estos materiales y la creación de los mismos con programas apropiados para la aplicación en el aula de forma colectiva o individualizada (tratamiento de la diversidad), así como la creación de páginas web entre profesores y alumnos para compartir materiales y exponer experiencias, las tutorías telemáticas.
- Dispositivo que facilita el trabajo en equipo y cooperativo, superando las barreras físicas y temporales, y permite abrir el aula y la escuela al exterior, así como la creación de redes para el desarrollo de proyectos conjuntos.
- Instrumento de gestión y administración del centro educativo para los horarios, los expedientes de alumnos y profesores, las tutorías, la gestión de la biblioteca, la gestión económica, las comunicaciones a las familias.

Es por ello, que en el ámbito de la educación la innovación didáctica en el campo educacional con las TIC determinarían un avance científico, de información, modernizar y ayudaría a agilizar la labor educativa.

Además, Carneiro, Toscano y Díaz (2009) afirman que las TIC pueden ser la llave para resolver gran parte de los problemas educativos y para dar un rápido impulso a la calidad de la enseñanza la cual se ha ido desvaneciendo ante los grandes retos pendientes y la dificultad de modificar la organización de los centros educativos y la forma de enseñar de los profesores. Sin embargo, nuevas reflexiones, modelos e iniciativas están surgiendo y permiten albergar renovadas expectativas.

Inevitablemente las capacitaciones para nuestra muestra son necesarias ya que la implantación de las TIC según Cebrián (2011) son una realidad creada desde la necesidad de desarrollo social: necesarias como apoyo para construir las bases fundamentales para el desarrollo de las competencias mediáticas.

La falta de conocimiento de las TIC se puede solucionar con la propuesta de realizar campañas, talleres y conferencias dirigidas a docentes, estudiantes y padres de familia sobre el uso adecuado de las nuevas tecnologías en el proceso de aprendizaje y de esta manera aprender a aprender.

3.2. Influencia de las TIC en los procesos de enseñanza de los jóvenes.

La cultura mundial llega a través de las TIC a los jóvenes quienes son bombardeados a diario con nueva información impactada de manera inevitable en música, mensajes audiovisuales de los adultos del futuro de hoy, el impacto y la motivación transmitida por el internet y sus productos deben ser una ventaja para los docentes si utilizan este sesgo para obtener la atención de sus estudiantes y apoyar su pedagogía con este instrumento tecnológico.

Los jóvenes pasaron de tener una actitud pasiva a una posición activa que les permite ser autónomos y crearse entornos abundantes en información donde pueden construir su propio crecimiento (Gallegos, 2011).

Para desarrollar sus destrezas hacia un razonamiento crítico con respecto a las TIC, Cebrián (2011:123) manifiesta que la premisa de disponer de información, no significa que se produzca de forma automática; y por lo tanto, se insta al docente a trabajar con sus estudiantes las destrezas de razonamiento para organizar, relacionar, analizar, sintetizar y comunicar la información.

La conciencia de los jóvenes de sus obligaciones ante la apropiación del conocimiento digital es un deber del docente y de los padres de familia, por ser el círculo directo de guía entre el puente académico y social.

3.3. Importancia de los padres en el uso de la tecnología.

El mundo ha evolucionado, la forma de estudiar y comunicarse de los padres cuando fueron adolescentes con respecto a la actual de sus hijos es muy distinto ya que las TIC han roto las barreras de tiempo y espacio.

Las TIC también sirven en el desarrollo de la educación para provocar individualismo y exclusión social; por ello, los padres deben ser guías inculcando valores y aportando a que sus hijos puedan discernir la información que encuentran en la red.

Al haber nacido en la era tecnológica los adolescentes tienen una cultura y comportamiento social distinto, las TIC son una necesidad, no una opción ya que las utilizan para recibir información, comunicarse, divertirse y estudiar. La información que la red les ofrece es infinita por lo cual una educación en valores es indispensable para que el uso sea el adecuado con capacidad crítica de discernimiento de contenidos.

Los padres deben conocer que las actividades principales de los jóvenes con las TIC son: comunicación con lo cual satisfacen necesidades sociales y personales para expresarse y crecer, juegos y ocio online y las actividades escolares y de investigación (Educar para proteger, 2009).

La familia como centro de la sociedad debe ser capaz de formar a sus hijos, orientándolos a buscar información sin perderse en el laberinto del internet, siendo una guía para que la información que llegue a sus hijos sea relevante y de calidad, que conozcan cómo recuperarla, almacenarla, organizarla y hacerla significativa.

En conclusión los padres deben tener un proceso de conocimiento del uso y aplicación adecuada de las TIC, pero sobre todo de análisis crítico con respecto a la información que proporcionan las mismas; de esta manera, en conjunto padres e hijos tendrán una adecuada comunicación sensible a la influencia de los medios tecnológicos y el proceso de conocimiento (comprensión, gestión, estructuración y memoria) desde y a través de las TIC cumplirán su objetivo, utilizando la diversidad de lenguajes audiovisuales, técnicos e hipermediáticos para ser herramienta de generación de nuevo conocimiento.

3.4. Competencia digital docente.

El reto de los docentes para que las TIC mejoren la educación es tener un esfuerzo de adopción, adaptación y actualización permanente (Cabero, 1998). Este apoyo implementado en su pedagogía permitirá que su papel sea más trascendente que transmitir información.

Para algunos educadores, los medios digitales proporcionan más y mejores recursos para la enseñanza y permiten un mayor control de la acción de los estudiantes, sobre todo si están en línea y con programas que permiten hacer un seguimiento pormenorizado. Para ellos, se trata de hacer algo similar a las operaciones que se hacen con los libros, cuadernos y carpetas; en palabras de Jesús Martín-Barbero, "el computador se sigue usando como una 'máquina de escribir', por lo cual la máquina (artefacto) se incorpora pero no la racionalidad tecnológica que le es propia" (Barbero, 2006:33).

Por ello, los educadores que se enrolan en esta posición sostienen que se vive un cambio de época, y que hay que reorganizar la enseñanza pensando en los nuevos rasgos de producción de los saberes, como son la hipertextualidad, la interactividad, la conectividad y la colectividad (Barbero, 2006).

Por su parte, Marqués (2000) describe al desarrollo de la competencia digital docente como:

1. Omnipresencia de los "mass media" y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).
2. Sobreabundancia de información al alcance.
3. Continuos avances científicos y tecnológicos.
4. El fin de la era industrial
5. Libertad de movimiento
6. Nuevos entornos laborales.

Por consiguiente, el trabajo en las aulas debe ser activo, dinámico, creativo e innovador. Implementando herramientas multimedia para alcanzar procesos cognitivos óptimos que promueva el aprendizaje significativo (Montero, 2003).

4. Ley de comunicación

La Ley de Comunicación aprobada el 14 de junio de 2013 busca potenciar la profesión periodística, mejorar la calidad de la información, producir y difundir contenidos educativos nacionales, impulsar el intercambio de la información y el conocimiento, ciencia y tecnología, procurar la participación ciudadana y sobretodo propende la educomunicación tema central de la presente investigación, que no es más que educar en el dominio de medios asimismo decodificando de forma activa los mensajes televisivos, radiofónicos, publicitarios, páginas web, etc., fomentando así la crítica constructiva en los ciudadanos.

La cercanía constante con los medios hace relevante una formación que cambie en los habitantes sus hábitos de consumo, y por ende esta capacitación sirva para evadir el poder persuasivo que estos demandan (Ley de Comunicación, 2013).

4.1. Regulación de contenidos.

De acuerdo a Suing (2012), la Comisión Interamericana de Derechos Humanos establece:

“Que se pueden aplicar sanciones civiles por difamación, calumnias e injurias contra integrantes de los medios de comunicación que propalen información perjudicial para la reputación o el derecho a la privacidad de las personas”.

La omnipresencia de los medios en la sociedad requiere de políticas activas, de organismos que velen por el buen ejercicio y tratamiento de la información y producción de contenidos periodísticos que no atenten contra derechos constitucionales de las personas.

¿Pero qué regular? la Ley de Comunicación del Ecuador en su título IV artículos 61, 62, 66 y 68 señala: está totalmente prohibido usar imágenes violentas, sensacionalistas o amarillistas, con contenido sexualmente explícito, degradantes, discriminatorias o hagan apología de la discriminación, o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.

El incumplimiento de lo dispuesto en estos artículos será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información, organismo técnico de intervención y control con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación.

En función de la ley y para efectos de la misma es preciso conocer la clasificación de los contenidos, citando así:

Contenidos:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Estos contenidos se transmitirán según tres tipos de audiencia establecidos en la ley, cada una con su correspondiente franja horaria, clasificación y calificación de contenidos.

- Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria comprende desde las 06h00 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;
- Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,
- Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas. (Ley de Comunicación, 2013).

4.2. Consejo de Regulación.

El modelo del Consejo de Regulación de Ecuador describe cuatro experiencias que corresponden a las autoridades de control del Reino Unido, España, Estados Unidos de América y Chile. Las razones para crear un Consejo de Regulación se sustentan en las actuales restricciones del derecho universal a la libertad de expresión, las responsabilidades ulteriores de respeto a la reputación de los demás, la protección a la seguridad nacional, orden, salud y moral públicas, conforme lo señala el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos (Suing, 2012).

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) fue el encargado de crear el reglamento para que la Ley de Comunicación se aplique tras su publicación en el Registro Oficial. Además, ejecuta los mecanismos para el ejercicio de los

derechos de los usuarios ante los servicios de comunicación. El motivo principal de la creación de este organismo regulador es democratizar la información y potenciar el sentido de responsabilidad y autonomía en la ciudadanía.

5. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene como objetivo general medir el nivel de competencia mediática que poseen los estudiantes de 23 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, que oscilan entre las edades 14 y 17 años; de igual manera, a sus docentes y padres de familia.

Además, como objetivos específicos se planteó detectar las necesidades y carencias de la población seleccionada en relación con los niveles de competencia en comunicación audiovisual, enfocada en las dimensiones de tecnología, lenguaje y en consumo cultural; por último, diagnosticar los niveles y grados de competencia audiovisual que poseen los sujetos a investigar e identificar los indicadores de referencia para medir el grado de competencia en comunicación audiovisual en los colegios.

Asimismo, se propuso tres hipótesis que serán comprobadas o refutadas a lo largo de la investigación:

- El nivel de competencias mediáticas audiovisuales de los estudiantes a pesar de ser nativos digitales en la dimensión de tecnología es bajo ya que no tienen conocimientos, destrezas y actitudes necesarias para participar activamente en respuesta a los mensajes que reciben y producen tanto en el ámbito de análisis como en el de la expresión; así mismo, en la dimensión de lenguaje su nivel de interpretación, análisis y comprensión de información no es el necesario para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo.
- El nivel de competencia mediática audiovisual de los docentes en la dimensión de tecnología con respecto a sus capacidades, habilidades y niveles de comprensión de las innovaciones tecnológicas es elevado en aquellos que son menores de 30 años y en la dimensión de lenguaje ellos interpretan, analizan y comprenden la información que ofrece el entorno mediático aunque no están capacitados para guiar a sus estudiantes adecuadamente para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo de manera adecuada en los distintos medios tecnológicos.
- Los padres de familia al ser inmigrantes digitales en el ámbito de lenguaje y tecnología no poseen los conocimientos suficientes para manejar las innovaciones tecnológicas que permiten a sus hijos y que les han implementado como servicio básico.

Para analizar las dimensiones de la competencia mediática en estudiantes, docentes y padres de familia, se consideró las siguientes técnicas de investigación:

5.1. Investigación bibliográfica.

Se utilizó esta técnica porque permite la recopilación de información mediante la revisión de literatura necesaria para contrastar la parte teórica con la práctica. Es así, que se revisó libros, revistas, papers, textos, artículos científicos.

5.3. Investigación de campo.

Para la aplicación de esta técnica se tomó en consideración 23 colegios de la ciudad de Loja de carácter público, privado y fiscomisional los cuales han permitido recolectar la información suficiente para el desarrollo de la investigación con la muestra seleccionada.

Para obtener los resultados de la investigación se aplicó un cuestionario tanto a docentes como a estudiantes y focus group a los padres de familia.

5.3.1. Cuestionario.

Se realizó dos cuestionarios que contienen preguntas abiertas y cerradas, los cuales se aplicaron de manera online y se basaron en los ya existentes del Proyecto de Competencia mediática trabajado en España; tomando en consideración nuestro entorno para los cambios correspondientes y para las correcciones y posterior validación los aplicó previamente a una muestra de docentes y estudiantes de los 23 colegios de la ciudad Loja.

Además, se elaboró un tercer cuestionario correspondiente a “Consumo Cultural” el cual después de ser corregido y validado se aplicó a la muestra correspondiente a estudiantes para posteriormente servir de referencia para la estructuración del capítulo de Consumo Cultural del presente proyecto de investigación.

Las preguntas fueron evaluadas individualmente de acuerdo a criterios de valoración basada en las seis dimensiones del proyecto: lenguaje, tecnología, ideología y valores, recepción e interacción, programación y producción, y estética diseñados en conjunto con los cuestionarios y que permitieron determinar los niveles de conocimiento de la muestra seleccionada; tomando para la presente investigación dos dimensiones correspondientes a tecnología y lenguaje.

De esta manera, la escala de valoración fue la siguiente:

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

Estudiantes

Para los estudiantes se desarrolló un cuestionario que abarca nivel de conocimiento y manejo de las distintas innovaciones tecnológicas; y de esta manera, determinar la competencia mediática audiovisual de los individuos de estudio.

Antes de la aplicación de los cuestionarios se realizó una validación de manera online en distintos colegios de la ciudad de Loja, con jóvenes con edades comprendidas entre 14 a 18 años y correspondientes a los niveles de educación de décimo a tercero bachillerato con las correspondientes; la cual nos sirvió para realizar las correcciones, además de obtener el tiempo de desarrollo máximo que fue es de 30 minutos.

Docentes

Se planteó un cuestionario para docentes con el objetivo de determinar el nivel de competencia mediática audiovisual que ellos poseen; además de realizar con antelación una validación con un número determinado de una muestra de los colegios de Loja, para la correspondiente corrección y determinación del tiempo de realización que fue máxima de 30 minutos.

Las preguntas fueron evaluadas individualmente de acuerdo a criterios de valoración basada en las seis dimensiones del proyecto: lenguaje, tecnología, ideología y valores, recepción e interacción, programación y producción, y estética diseñados en conjunto con los cuestionarios y que permitieron determinar los niveles de conocimiento de la muestra seleccionada.

De esta manera, la escala de valoración fue la siguiente:

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

5.3.2. Focus Group.

Para el ámbito social que corresponde a la muestra padres de familia se consideró necesario utilizar la técnica del *focus group*, con el objetivo de socializar de forma directa sobre el tema de estudio con ellos.

Se trabajó con un banco de preguntas previamente seleccionadas para la guía del focus group con las cuales se definió el nivel de competencias mediáticas audiovisuales y su participación en el desarrollo de las mismas con sus hijos

Para esta técnica se contó con la colaboración una de la docentes de la UTPL que también forma parte del proyecto y fue quien dirigió cada uno de los focus group con un número de 13 padres de familia por colegio, tomando en consideración 6 instituciones del total de la muestra; entre ellos citan:

Colegios Públicos

- Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva de Ayora
- Colegio Experimental Bernardo Valdivieso

Colegio Fiscomisional

- Colegio San Francisco

Colegios privados

- Colegio José Antonio Eguiguren “La Salle”,
- Tagesschule y Colegio San Gerardo
- Colegio Ateneo.

5.3.3. Población y muestra.

Estuvo conformada por los estudiantes de 23 colegios públicos, privados y fiscomisionales de la ciudad de Loja, entre las edades comprendidas de 14 a 18 años, que corresponde al rango de décimo de básica a tercer año de bachillerato.

Además se tomó en consideración a los docentes de los colegios seleccionados que imparten a los cursos comprendidos entre décimo de básica a tercer año de bachillerato como requisito principal.

Cabe mencionar que de las 29 instituciones seleccionadas 6 colegios no participaron citándose los siguientes:

- Miguel Ángel Suárez
- Cordillera
- Santa Mariana de Jesús
- Manuel Ignacio Montero
- 27 de Febrero
- Isidro Ayora Presidente
- Manuel Cabrera Lozano

Es decir, para el levantamiento de información se aplicó a 23 colegios de la ciudad de Loja en los que se presentan públicos, privados y fiscomisionales.

Los colegios participantes son:

1. Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva de Ayora
2. Colegio Experimental Pío Jaramillo Alvarado
3. Colegio Experimental Bernardo Valdivieso
4. Colegio Particular Juan Montalvo
5. Colegio Nacional Adolfo Valarezo
6. Colegio Particular José María Vivar Castro
7. Colegio Particular Eugenio Espejo
8. Colegio Dr. Antonio Peña Celi.
9. Hernán Gallardo Moscoso
10. Iberoamericano San Agustín
11. Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo
12. José Antonio Eguiguren “La Salle”
13. Liceo de Loja
14. Tagesschule y Colegio San Gerardo
15. Unidad Educativa Ateneo
16. Unidad Educativa Fiscomisional Vicente Anda Aguirre “La Dolorosa”
17. Unidad Educativa Particular la Inmaculada
18. Unidad Educativa San Francisco de Asís
19. Unidad Educativa La Porciúncula
20. Unidad Educativa Anexa a la Universidad Nacional de Loja
21. Unidad Educativa Fernando Suarez Palacios
22. Unidad Educativa Calasanz

23. Unidad Educativa Teniente Coronel Lauro Guerrero

Generando la siguiente muestra:

▪ **Estudiantes**

Con un total de 1151 estudiantes comprendidos entre las edades de 14 a 18 años que cursan desde décimo de básica a tercer año de bachillerato en las distintas instituciones de la ciudad de Loja denotando:

- ✓ Público (36.6%): 421 estudiantes. Citan 221 mujeres y 200 hombres.
- ✓ Privados (46.1%): 531 estudiantes. Citan 313 mujeres y 218 hombres.
- ✓ Fiscomisional (17.3%): 199 estudiantes. Citan 66 mujeres y 133 hombres.

▪ **Docentes**

Se realizó el análisis de 186 docentes pertenecientes a los 23 colegios de la ciudad de Loja que imparten clases a los estudiantes entre los décimos de básica hasta los terceros bachillerato dividido en:

- ✓ Público (33.9%): 63 docentes
- ✓ Privados (49.5%): 92 docentes
- ✓ Fiscomisional (16.7%): 31 docentes

▪ **Padres de familia**

Se logró la participación de 78 padres de familia los cuales aportaron con información valiosa para determinar su nivel e influencia de competencias mediáticas audiovisuales sobre sus hijos y en la sociedad. Su participación se divide en:

- ✓ Colegios Públicos (33.3%): 26
- ✓ Colegio Fiscomisional(16.7%):13
- ✓ Colegios privados(50%): 39

En resumen para la recolección de los datos se hizo uso del método hipotético deductivo como Bernal (2010) afirma, es un proceso que inicia con una hipótesis con aseveraciones y busca refutar o falsificar dicha hipótesis deduciendo de ellas conclusiones que serán confrontadas con los hechos.

En concordancia con el método sintético analítico, este permitió a los investigadores estudiar los hechos basados en la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes

para estudiarlos inicialmente (análisis), luego a integrar esas partes de estudio en una forma holística y comprensiva (síntesis).

Finalmente, el método inductivo – deductivo es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado a los hechos particulares de estudio.

6. Análisis y resultados

6.1. Análisis estudiantes.

6.1.1. Datos Sociodemográficos.

Edad y sexo de los estudiantes

Tabla 4: Edad y sexo de los estudiantes

		Sexo estudiantes		Total & (%)
		1. Masculino	2. Femenino	
Edad estudiante	1_14	102	117	219 (19%)
	2_15	105	131	236 (20.5 %)
	3_16	133	138	271 (23.5%)
	4_17	133	133	266 (23.1%)
	5_18	78	81	159 (13.8%)
Total		551 (47.9%)	600 (52.1%)	1151(100%)

Fuente: Estudiantes encuestados .

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En la tabla 4 se muestra que el número de estudiantes encuestados es de 1151, dentro de los cuales se presentan los estudiantes de 14 a 18 años que cursan el décimo hasta tercero año de bachillerato teniendo una clara presencia del género femenino sobre el masculino.

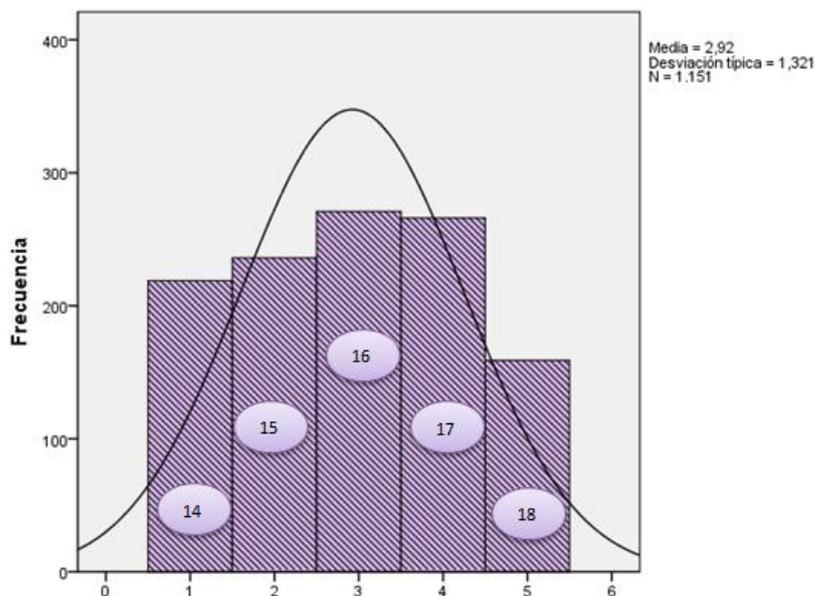


Gráfico 1: Edad de los estudiantes.

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 1 se muestra que el mayor número de estudiantes encuestados tienen 16 años, asciende a un número de 271 (23.5%), seguido de los de 17 años que son 266 (23.1%) y 15 años que son 236 (20.5 %) generando una desviación típica de 1.321 que determina que el mayor número de encuestados se encuentra en las edades de 15 a 17 años.

La edad media de los estudiantes encuestado oscila en 15.9 años y queda como el menor número de encuestados los estudiantes de 18 años que son 159 (13.8%), seguido ascendentemente por aquellos de 14 años que cuentan 219 (19%).

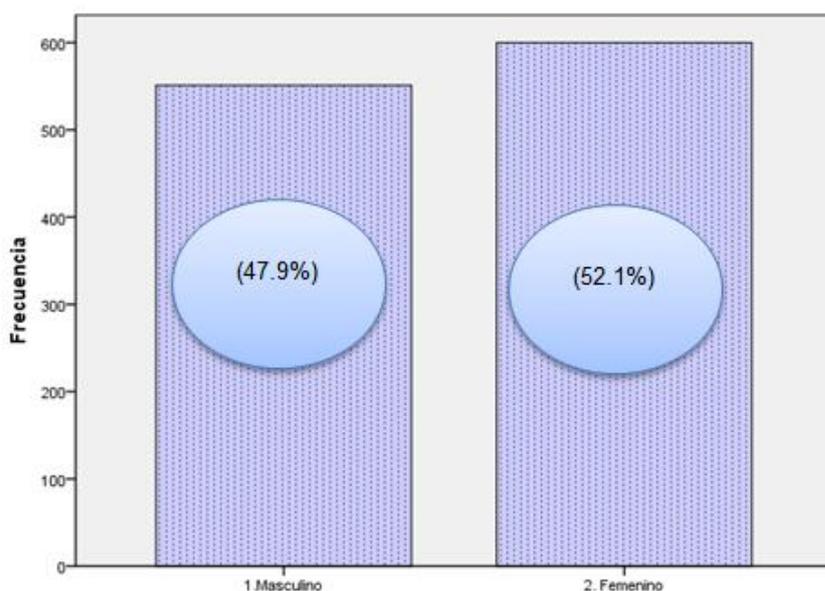


Gráfico 2: Género de los estudiantes.

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En la gráfica 2 se muestra la diferencia de género de las 23 instituciones educativas evaluadas, determina que el mayor número de encuestados pertenece al género femenino con 600 (52.1%) estudiantes y en el género masculino con 551 (47.9%).

Tipo y centro educativo al que asiste

Tabla 5: Colegios encuestados

Nombre Centro Educativo	Tipo de Centro Educativo			Total
	1.Público	2.Privado	3.Fiscomisional	
1.Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva de Ayora	54			54
2.Colegio Dr. Antonio Peña Celi		53		53
3.Colegio Experimental Bernardo Valdivieso	51			51
4.Colegio Experimental Pio Jaramillo Alvarado	52			52
5.Colegio Nacional Adolfo Valarezo	40			40
6.Colegio Particular Juan Montalvo		70		70
7.Colegio Particular Eugenio Espejo		46		46
8.Colegio Particular José María Vivar Castro		15		15
9.Colegio Hernán Gallardo Moscoso	53			53
10.Colegio Iberoamericano San Agustín		43		43
11.Instituto Tecnológico Superior Daniel Álvarez Burneo			54	54
12.Colegio José Antonio Eguiguren "La Salle"		55		55
13.Colegio Liceo de Loja		54		54
14.Tagesschule Y Colegio San Gerardo		31		31
15.Unidad Educativa Anexa a la Universidad Nacional de Loja	61			61
16.Unidad Educativa Ateneo		56		56
17.Unidad Educativa Calazanz			46	46
18.Unidad Educativa Fernando Suarez Palacio	62			62
19.Unidad Educativa Fiscomisional Vicente Anda Aguirre			47	47
20.Unidad Educativa "La Porciúncula"		44	0	44
21.Unidad Educativa Particular "La Inmaculada"		64	0	64
22.Unidad Educativa San Francisco de Asís			52	52
23.Unidad Educativa Teniente Coronel Lauro Guerrero	48			48
Total	421	531	199	1151

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En La tabla 5 se presentan todos los colegios participantes determinando el número de estudiantes que se evaluó por cada institución, clasificados individualmente según el tipo de centro educativo; es decir; si pertenecen a una institución pública, privada o fiscomisional.

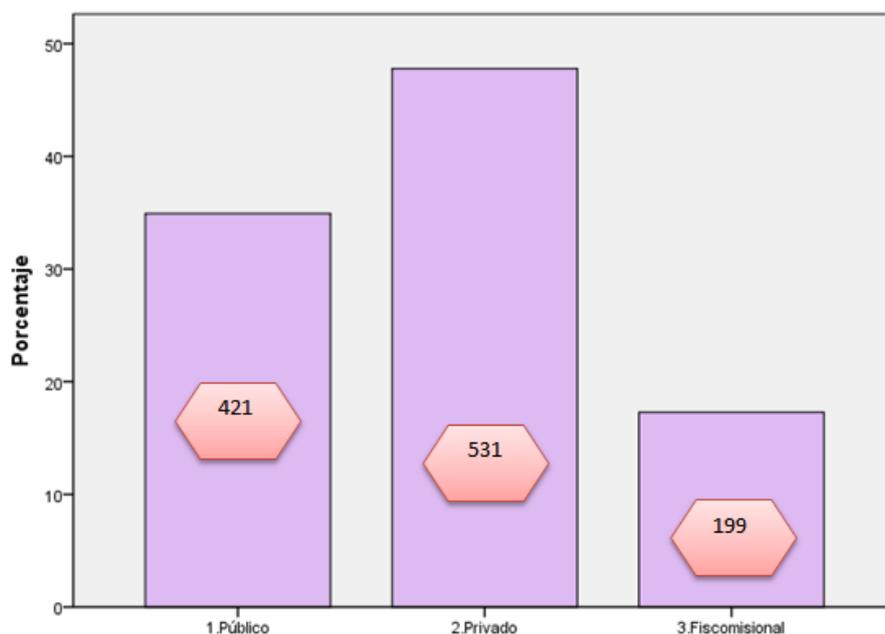


Gráfico 3: Clasificación de instituciones educativas

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 3 se determina que el mayor número de estudiantes encuestados pertenece al grupo de las instituciones privadas con 531 estudiantes que representa un 46.1%.

Los colegios públicos tiene 421 estudiantes que es 36.6% lo que permite deducir que el menor número de estudiantes encuestados se encuentra en los colegios fiscomisionales con 199 estudiantes representando un 17.3%.

Esto determina que los colegios seleccionados no fueron en proporción iguales debido a la presencia masiva de colegios privados en la ciudad de Loja, consecutivamente los colegios públicos y fiscomisionales.

6.1.2. Dimensiones estudiantes.

Con la presente investigación se determinará el nivel de competencias mediáticas audiovisuales que poseen los estudiantes de los 23 colegios encuestados de la ciudad de Loja, basados en el segmento de las dimensiones de tecnología y lenguaje.

De esta manera se conocerá el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes que deben poseer los estudiantes para participar activamente en respuesta a los mensajes que reciben y producen tanto en el ámbito de análisis como en el de la expresión.

6.1.2.1. Dimensión Tecnología.

La dimensión de tecnología permitirá evaluar el nivel de competencia mediática audiovisual que tienen los estudiantes con respecto al desarrollo de sus capacidades, habilidades y niveles de comprensión en las innovaciones tecnológicas. En este apartado se tomó en cuenta las preguntas 6, 6.1, 7, 10, 11, 12,12.1, 14, 23, 23.1.

Preferencia de navegador

Tabla 6: Navegadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.Internet Explorer	51	4,4	4,4	4,4
2.Safari	24	2,1	2,1	6,5
3.Firefox	286	24,8	24,8	31,4
4.Google Chrome	781	67,9	67,9	99,2
5. En caso de ninguno de los anteriores escribe ¿Cuál?	9	,8	,8	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

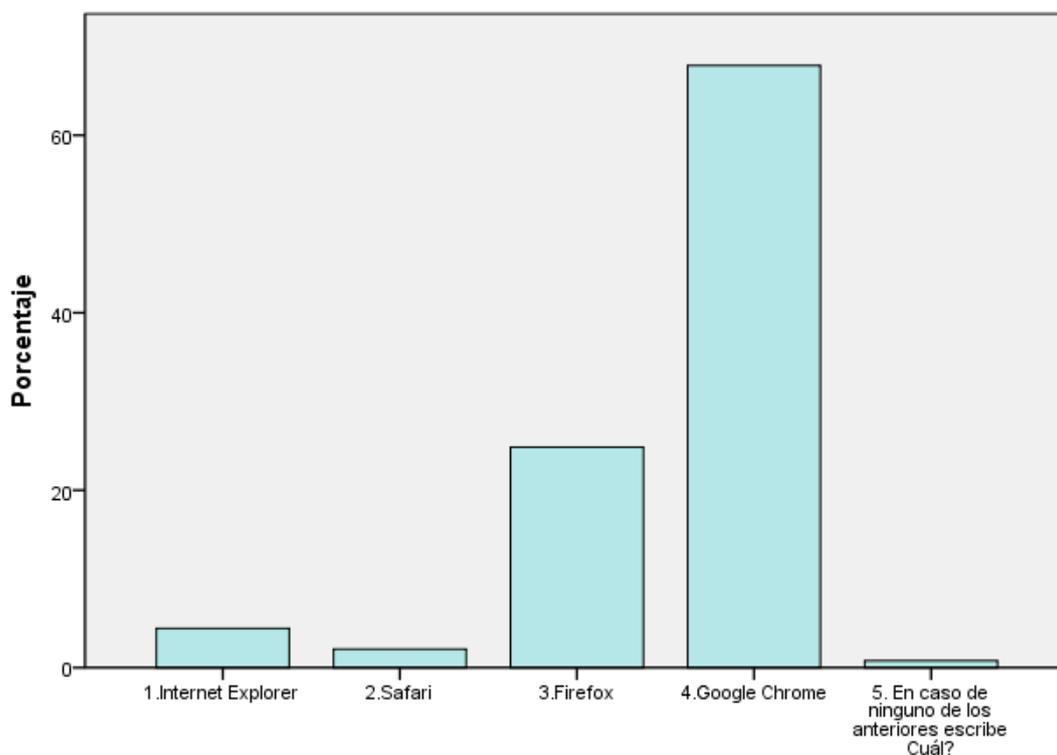


Gráfico 4: Navegadores

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

El gráfico 4 presenta los resultados de cuál es el navegador que más utilizan. Los estudiantes (781) prefieren en primer instancia a Google Chrome, lo que representa el (67,9%), 286 estudiantes (24.8%) dicen utilizar Mozilla Firefox, en tercer aparece Internet Explorer (4.4%), mientras que el navegador de menor uso es Safari con (2.1%), los navegadores Maxthon y Opera aparecen en la opción otros con (0.8%).

Razón de uso del navegador de búsqueda

Tabla 7: Determinantes de uso del navegador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumnado no conoce las características de su buscador ni ha tenido capacidad de decisión sobre éste.	90	7,8	7,8	7,8
1. El alumnado conoce la herramienta que usa en sus búsquedas y sus características.	110	9,6	9,6	17,4
2. El alumno domina las características y herramientas del motor de búsqueda.	951	82,6	82,6	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

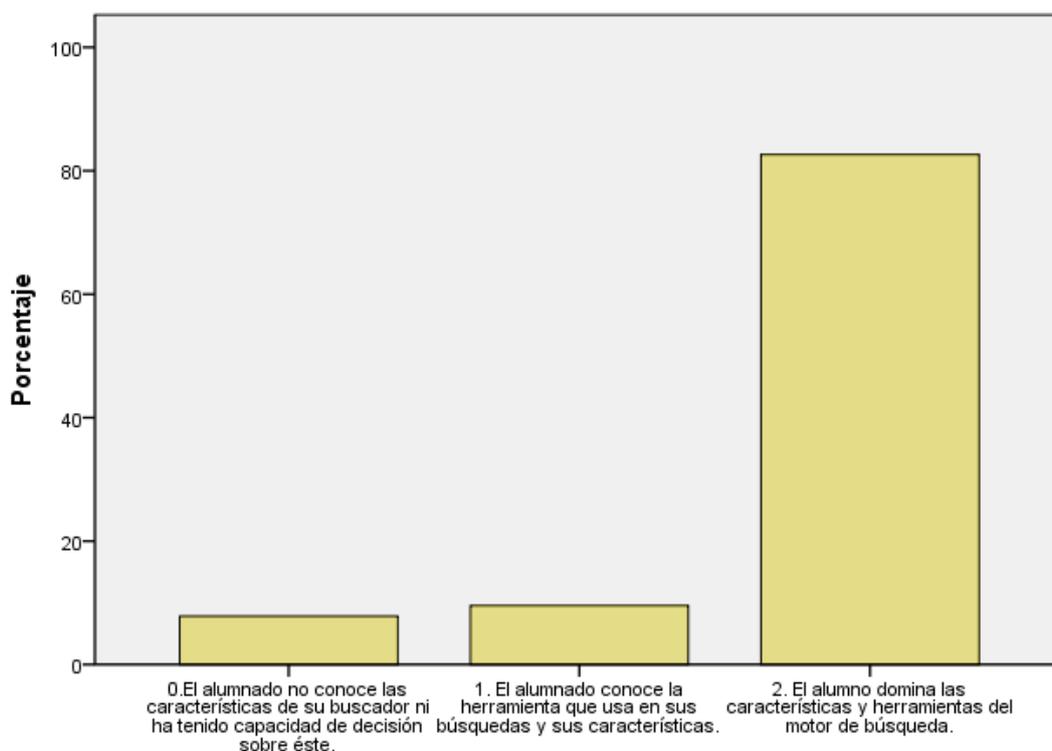


Gráfico 5: Determinantes de uso del navegador

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 5, los estudiantes de los 23 colegios de Loja dominan las características y herramientas del motor de búsqueda, pues 951 (82.6%) conoce la razón por la cual lo utilizan, 110 (9.6%) tienen conocimientos básicos de selección y búsqueda, quedando un margen de desconocimiento total de 90 (7.8%) estudiantes.

Por lo tanto, se evidencia que las razones por las que los estudiantes usan el navegador de búsqueda predilecto son: rapidez, intuición, seguridad, diseño, entre otras características que se determinan al desarrollar de cierta manera la capacidad de interpretación de la diversidad de códigos de representación existentes.

Capacidad de búsqueda

Tabla 8: Pasos investigación online

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.El alumno es capaz de realizar una búsqueda de manera adecuada aunque carece de una planificación previa	611	53,1	53,1	53,1
2.El alumno es capaz de realizar una búsqueda eficazmente	540	46,9	46,9	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

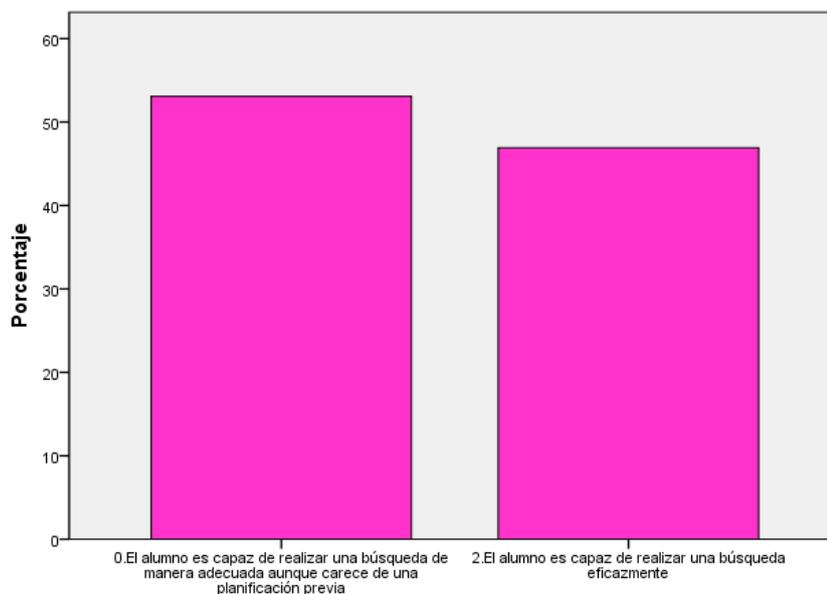


Gráfico 6: Pasos investigación online

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 6, de los 1151 (100%) estudiantes evaluados, 611 (53.1%) son capaces de realizar una búsqueda pero carece de una planificación previa mientras que 540 (46.9%) es capaz de realizar una búsqueda eficaz.

La forma más conveniente de realizar una búsqueda en internet es planificar la búsqueda, teniendo en cuenta los objetivos y las herramientas disponibles, escoger los términos o palabras claves, evitando ambigüedades; debe utilizar más de una herramienta de búsqueda y finalmente comparar y evaluar la información encontrada para seleccionar la que más se adapte a sus objetivos.

La forma de búsqueda actual de los estudiantes es escribir todas las palabras de la consulta en un buscador, chequean los primeros resultados que ofrece y seleccionan el que creen más conveniente.

Conocimiento de uso innovaciones tecnológicas

Tabla 9: Uso de herramientas tecnológicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.	207	18,0	18,0	18,0
1. El alumno conoce medianamente como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas.	707	61,4	61,4	79,4
2. El alumno conoce como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas.	237	20,6	20,6	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

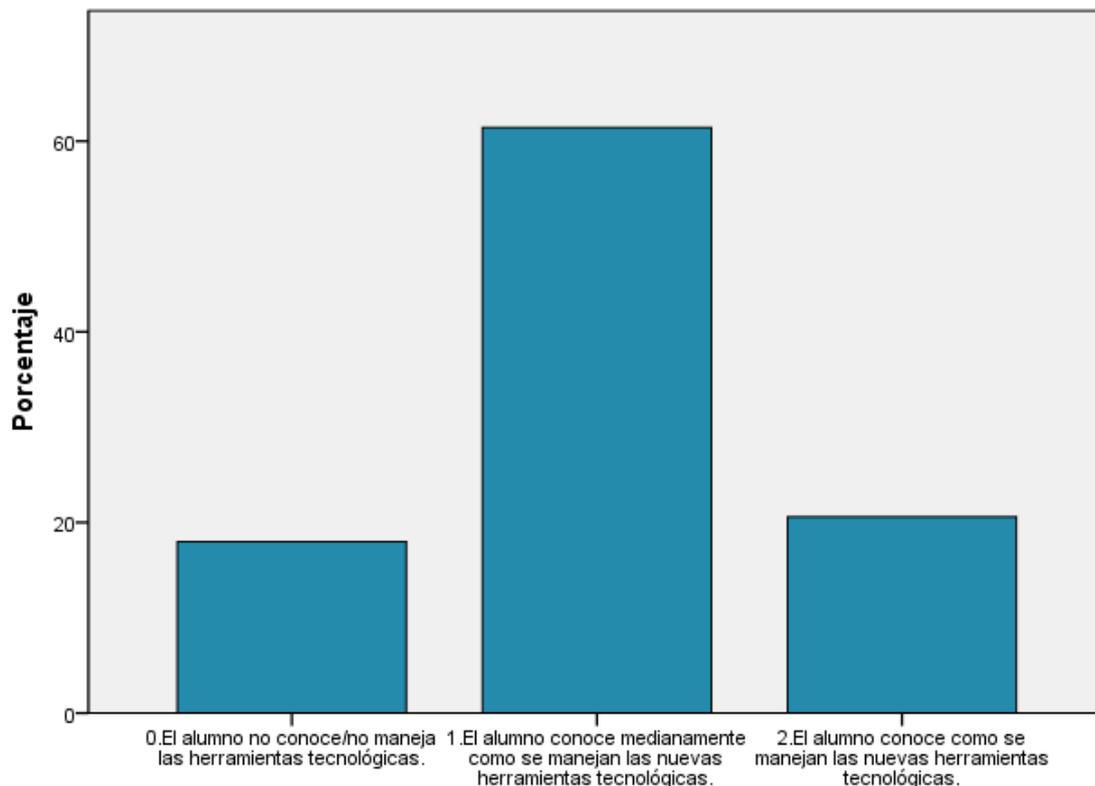


Gráfico 7: Uso de herramientas tecnológicas

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 7, se determina que 707 estudiantes (61.4%) conocen medianamente como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas; mientras que 237 (20.6%), conocen a cabalidad el manejo de las nuevas herramientas tecnológicas y un 18% no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.

Al preguntarles si conocen como: se crean contenidos en Wikipedia, se suben archivos a YouTube, se mantiene un blog, se accede a servicios RSS, se publican fotos en Flickr, Picassa, Instagram u otros; los estudiantes presentan un conocimiento muy superficial que no les permite el manejo y explotación de este tipo de herramientas para su desarrollo en la dimensión de tecnología.

El mediano conocimiento del manejo de las innovaciones tecnológicas de los estudiantes no les permite comprender el papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.

Aporte de interacción con los medios online

Tabla 10: Actividades online

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.	982	85,3	85,3	85,3
1.El alumno conoce las herramientas tecnológicas pero no las maneja con frecuencia.	156	13,6	13,6	98,9
2.El alumno maneja con eficacia y frecuencia las nuevas herramientas tecnológicas.	13	1,1	1,1	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

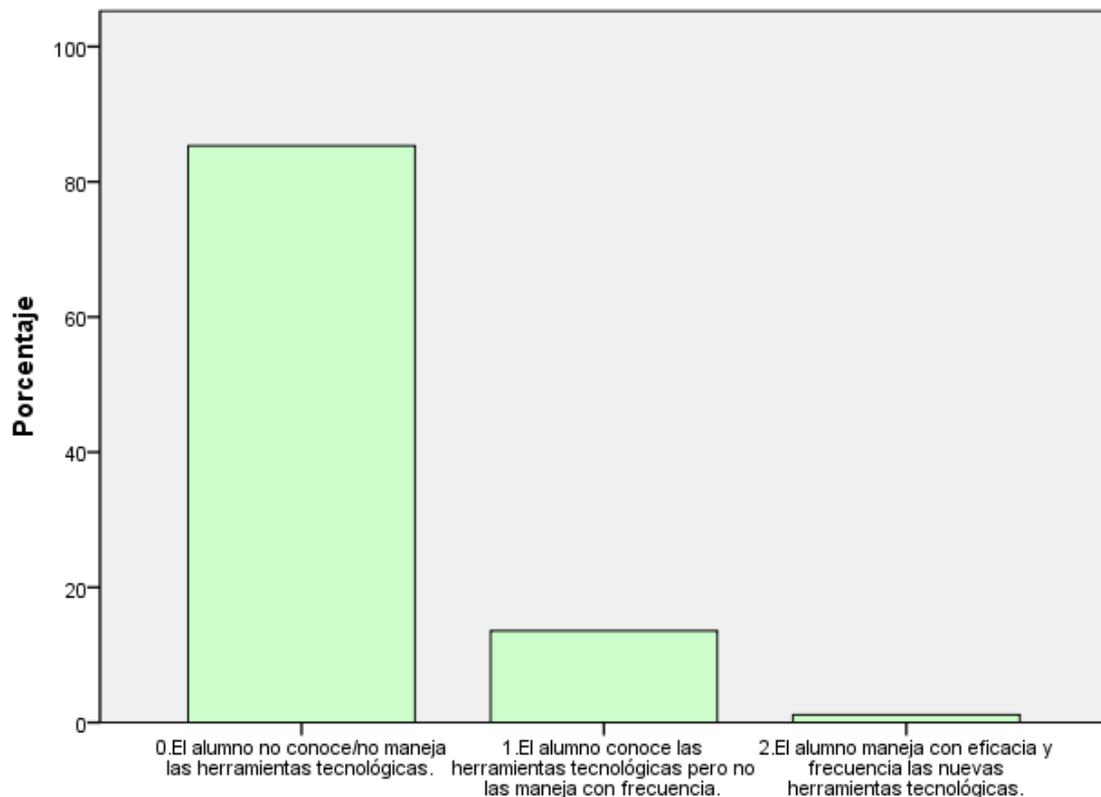


Gráfico 8: Actividades online

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 8, el 85.3% (982) de los estudiantes no conocen ni manejan las herramientas tecnológicas, el 13.6% (156) conocen las herramientas tecnológicas pero no las maneja con frecuencia y el 1.1% (13) manejan con eficacia y frecuencia las nuevas herramientas tecnológicas.

La poca participación que existe por parte de los estudiantes dentro de las herramientas tecnológicas demuestra el bajo conocimiento y manejo que estos tienen, al no aportar en: la creación de contenidos en Wikipedia, subida de archivos a YouTube, mantenimiento de un blog, publicación de fotos en Flickr, Picasa, Instagram u otros, con la eficacia y frecuencia adecuada.

Además la repercusión de esta falta de interacción con los medios afecta directamente al desarrollo de su competencia mediática audiovisual al no permitir que expandan sus capacidades mentales.

Red social de preferencia

Tabla 11: Interacción en redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumno no conoce ni utiliza ninguna herramienta.	31	2,7	2,7	2,7
1. El Alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje.	180	15,6	15,6	18,3
2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades.	940	81,7	81,7	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

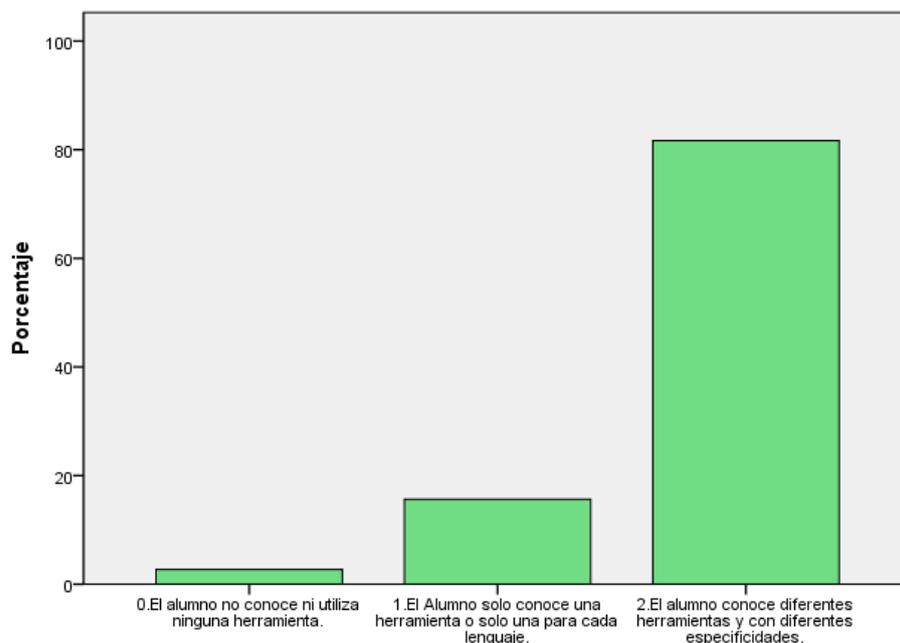


Gráfico 9: Interacción en redes sociales

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 9 se muestra que el 81.7% (940) de los estudiantes conocen las diferentes herramientas y con diferentes especificidades, el 15.6% (180) solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje y el 2.7% (31) no conoce ni utiliza ninguna herramienta.

Al estar inmiscuidos en un mundo globalizado tecnológicamente; donde las redes sociales se presentan como un servicio básico los estudiantes se ven en la necesidad de manejar varias redes sociales lo que les permite tener una comunicación multimodal y multimedial.

Actividades en redes sociales

Tabla 12: Uso de redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
0. El alumno no utiliza adecuadamente las herramientas.	10	,9	,9	,9
1. El alumno utiliza las herramientas para ocio.	10	,9	,9	1,7
2. El alumno aprovecha las herramientas para comunicarse e informarse.	1131	98,3	98,3	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

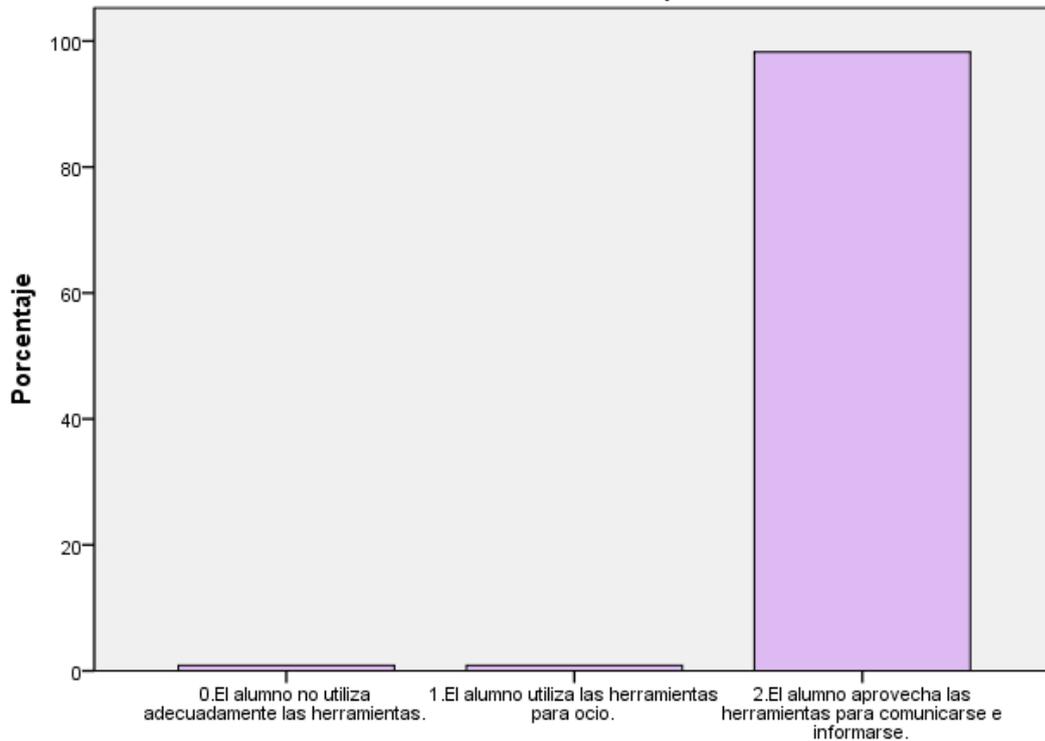


Gráfico 10: Uso de redes sociales

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 10 se muestra que el 98.3% (1131) de los estudiantes aprovechan las herramientas para comunicarse e informarse desarrollando de esta manera su capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que persiguen, el 1.8% (10) no utilizan las herramientas adecuadamente al igual que el 1.8% (10) que las utilizan para actividades de ocio.

Los estudiantes han desarrollado su capacidad para comunicarse e informarse debido al entorno digital en el que se desenvuelven, su necesidad de estar en contacto con amigos mediante el chat les permite informarse y compartir contenido con el conocimiento básico necesario para realizar esta actividad dentro de su cotidianidad.

Conocimiento conceptual de las innovaciones tecnológicas

Tabla 13: Identificación conceptual de herramientas tecnológicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. no conoce las diferentes herramientas tecnológicas.	183	15,9	15,9	15,9
1. Conoce suficientemente	335	29,1	29,1	45,0
2. Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas	633	55,0	55,0	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

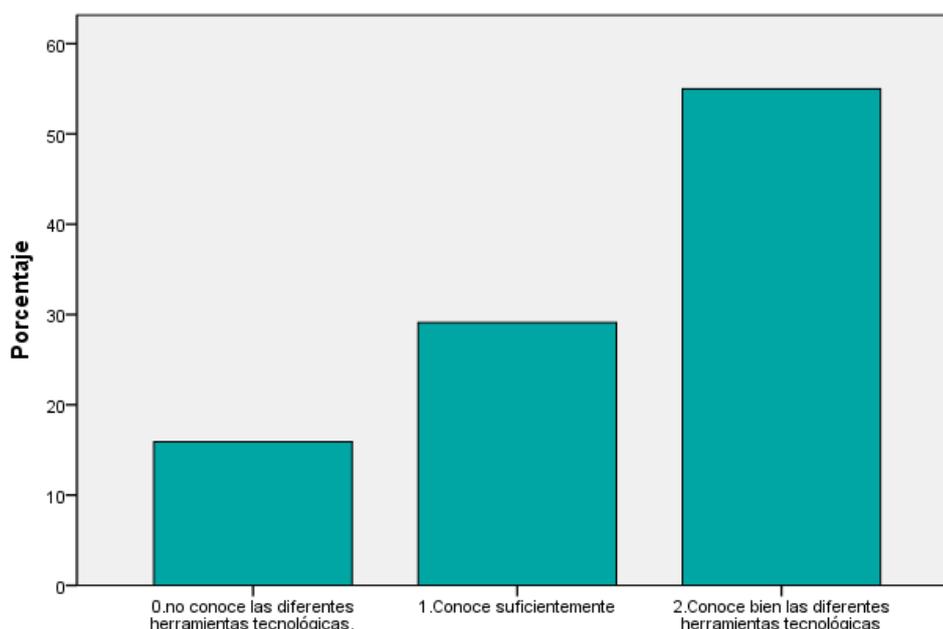


Gráfico 11: Identificación conceptual de herramientas tecnológicas

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 11 se muestra que el 55.5% (633) conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas, el 29.1% (335) las conoce suficientemente y el 15.9% (183) no conoce las diferentes herramientas tecnológicas.

Las herramientas tecnológicas tales como: Firewall, GoogleDocs, YouTube, iTunes, Tableta gráfica, Objetivo, PodCast, Software; son diferenciadas por los estudiantes que conocen su definición.

Edición de programas audiovisuales

Tabla 14: Uso de programas de edición de video

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumno no trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	413	35,9	35,9	35,9
1. El alumno trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	738	64,1	64,1	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

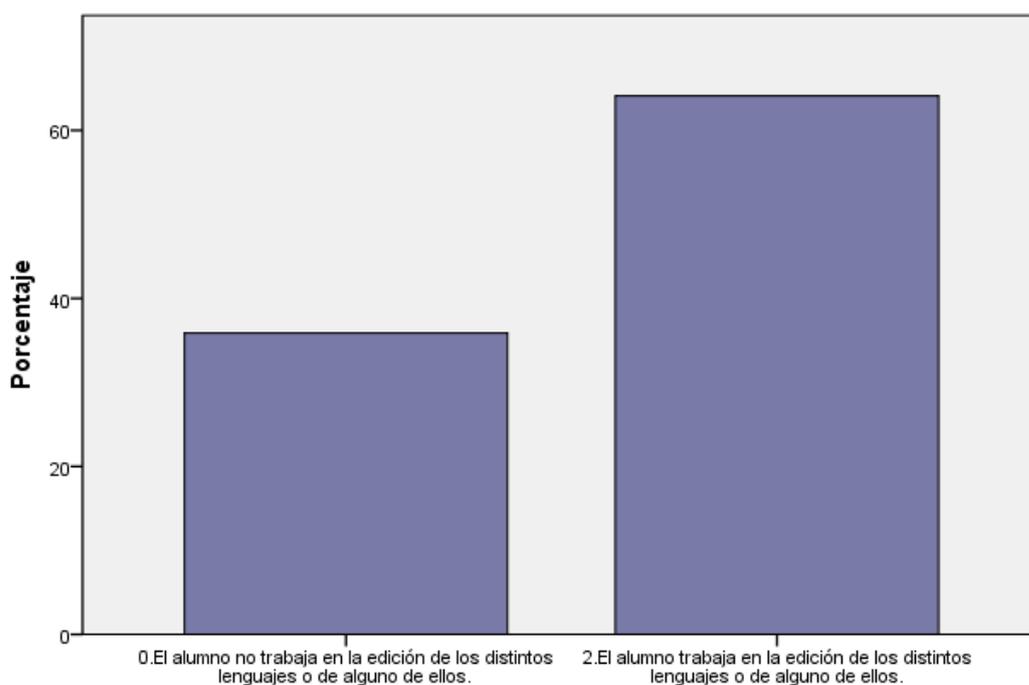


Gráfico 12: Uso de programas de edición de video

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 12 se puede analizar que el 64.1% (738) de los estudiantes trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos; mientras que el 35.9% (413) no trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.

Lo que determina que los estudiantes han editado o manipulado algún programa del ordenador; tales como: imágenes, videos o audio de manera que tienen cierta capacidad de elaborar y manipular video desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

Herramientas de edición de video utilizadas

Tabla 15: Uso de distintas herramientas de edición de video

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumno no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje.	312	27,1	27,1	27,1
1. El alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje.	594	51,6	51,6	78,7
2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades.	245	21,3	21,3	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

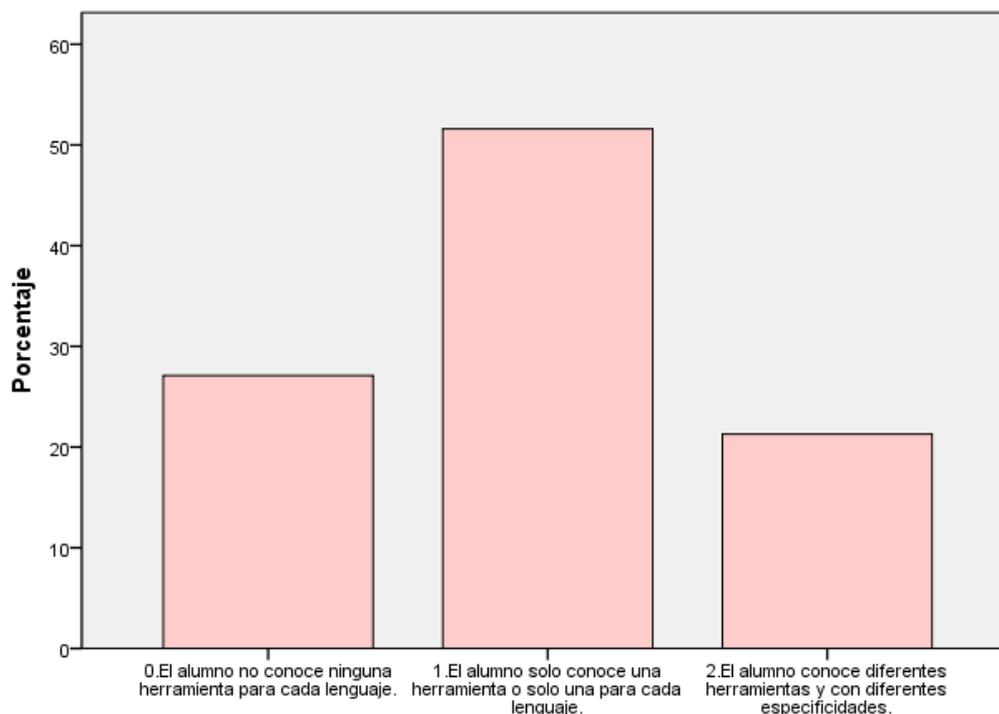


Gráfico 13: Uso de distintas herramientas de edición de video

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

El 51.6% (594) de los alumnos solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje, el 27.1% (312) no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje y el 21.3% (245) conoce las diferentes herramientas con sus diferentes especificidades.

Los estudiantes han editado o manipulado los programas de ordenador imágenes, videos o audio básicos no pudiendo manejar programas de edición concernientes al desarrollo comunicativo como: Photoshop, Final Cut Pro, Paint, Movie Maker, Adobe Audition, Adobe Premiere, Sony Vegas, Adobe After Effects de la manera que le compete a un individuo con competencia mediática; de esta manera se concluye que no han desarrollado su capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.

6.1.2.2. Dimensión lenguaje.

La dimensión de lenguaje sirve para determinar la capacidad que poseen los encuestados para interpretar, analizar, comprender la información que ofrece el entorno mediático en el que nos desenvolvemos en la actualidad; además de conocer si tienen el conocimiento adecuado para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo de manera adecuada en los distintos medios tecnológicos.

Para el siguiente análisis se realizó la evaluación de las preguntas: 15, 16, 23, 23.1, 24.

Discernimiento de contenido audiovisual de los medios

Tabla 16: Comprensión de contenido audiovisual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.No comprende los diversos códigos	39	3,4	3,4	3,4
1.Comprende mínimamente los códigos	697	60,6	60,6	63,9
2.Comprende bien los códigos	415	36,1	36,1	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

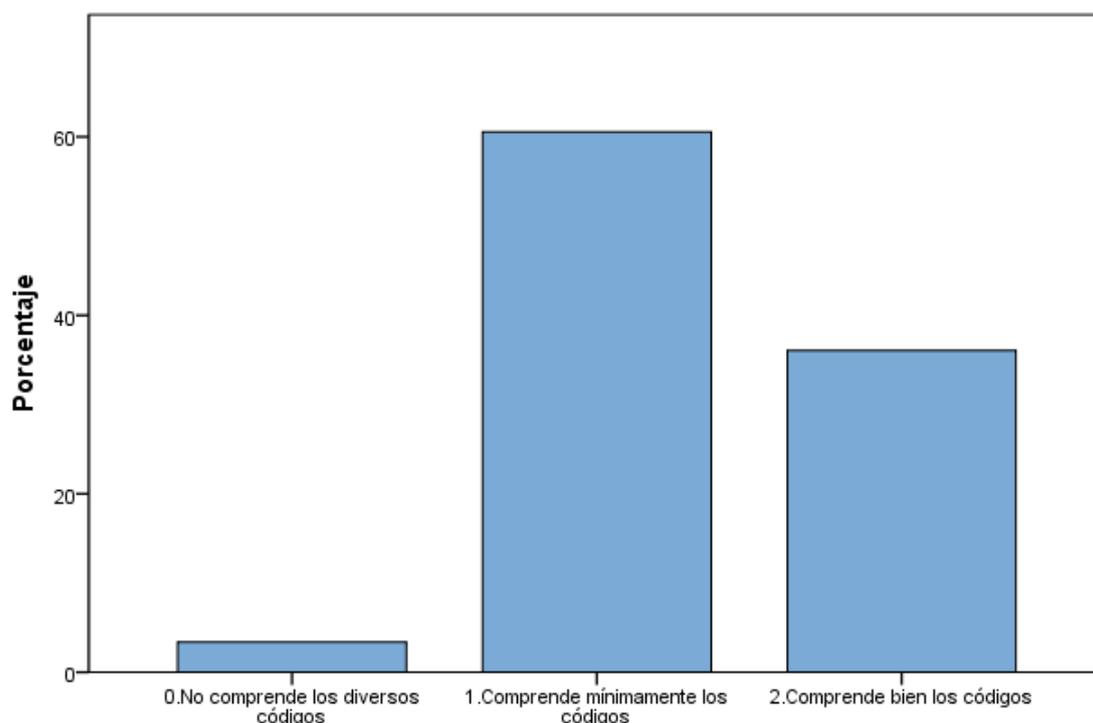


Gráfico 14: Comprensión de contenido audiovisual.

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 14 se muestra que el 60.6% (697) de los estudiantes comprende mínimamente los códigos, el 36.1% (415) comprende bien los códigos quedando un 3.4% (39) de alumnos que no comprende los diversos códigos.

Los estudiantes no comprenden en su totalidad 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; es decir, su capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.

Comprensión y cultura audiovisual

Tabla 17: Detención de lenguajes verbal, visual y musical en video

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.El alumno no es capaz de identificar los lenguajes de la comunicación mediática.	72	6,3	6,3	6,3
1.El alumno es capaz de identificar alguno de los lenguajes involucrados en la comunicación.	99	8,6	8,6	14,9
2.El alumno es capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática	980	85,1	85,1	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

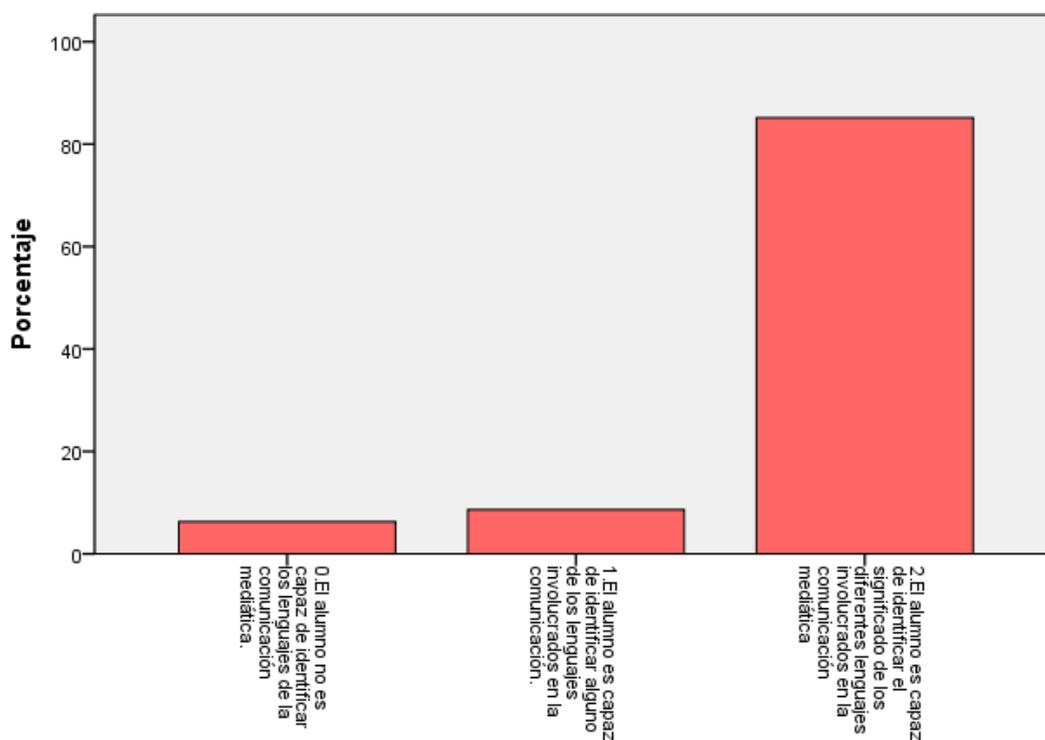


Gráfico 15: Detención de lenguajes verbal, visual y musical en video

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 15 se determina que el 85.1% (980) de alumnos es capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática; por lo tanto, han desarrollado su capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato, el 8.6% (99) no es capaz de identificar los lenguajes de la comunicación mediática y el 6.3% (72) es capaz de identificar alguno de los lenguajes involucrados en la comunicación.

Los estudiantes son capaces de identificar el significado que aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el fragmento de una película; en el video de Amelié les permitió receptor la información concerniente a los colores planos, música y los ángulos estratégicos de la cámara.

Manejo de programas de edición de imágenes, video o audio

Tabla 18: Manipulación de programas de edición audiovisual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El alumno no trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	413	35,9	35,9	35,9
2.El alumno trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	738	64,1	64,1	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

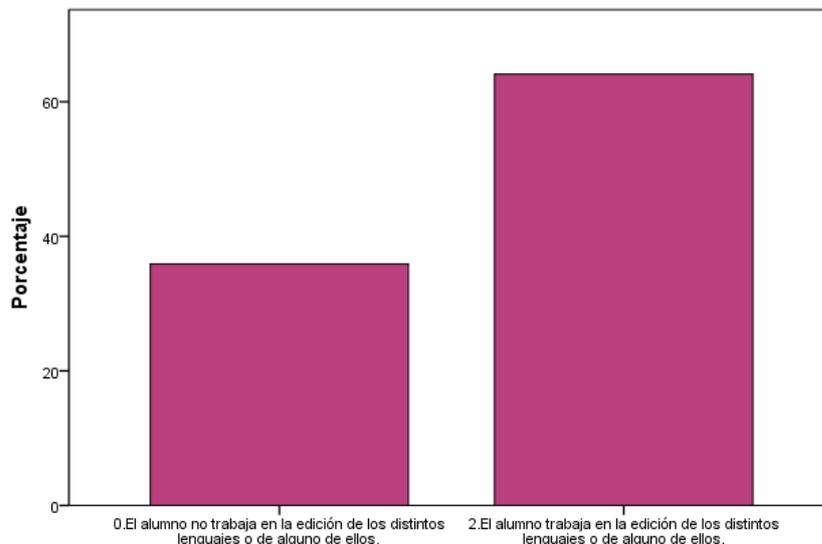


Gráfico 16: Manipulación de programas de edición audiovisual

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 16 se demuestra que el 64.1% (738) de los estudiantes trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos, denotando su capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor; mientras que el 35.9% (413) no lo hace.

Se concluye que los estudiantes han editado o manipulado algún programa del ordenador para la edición de imágenes, videos o audio de manera que tienen cierta capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.

Herramientas de edición utilizadas

Tabla 19: Selección de herramientas de edición utilizadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.El alumno no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje.	312	27,1	27,1	27,1
1.El alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje.	594	51,6	51,6	78,7
2.El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades.	245	21,3	21,3	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

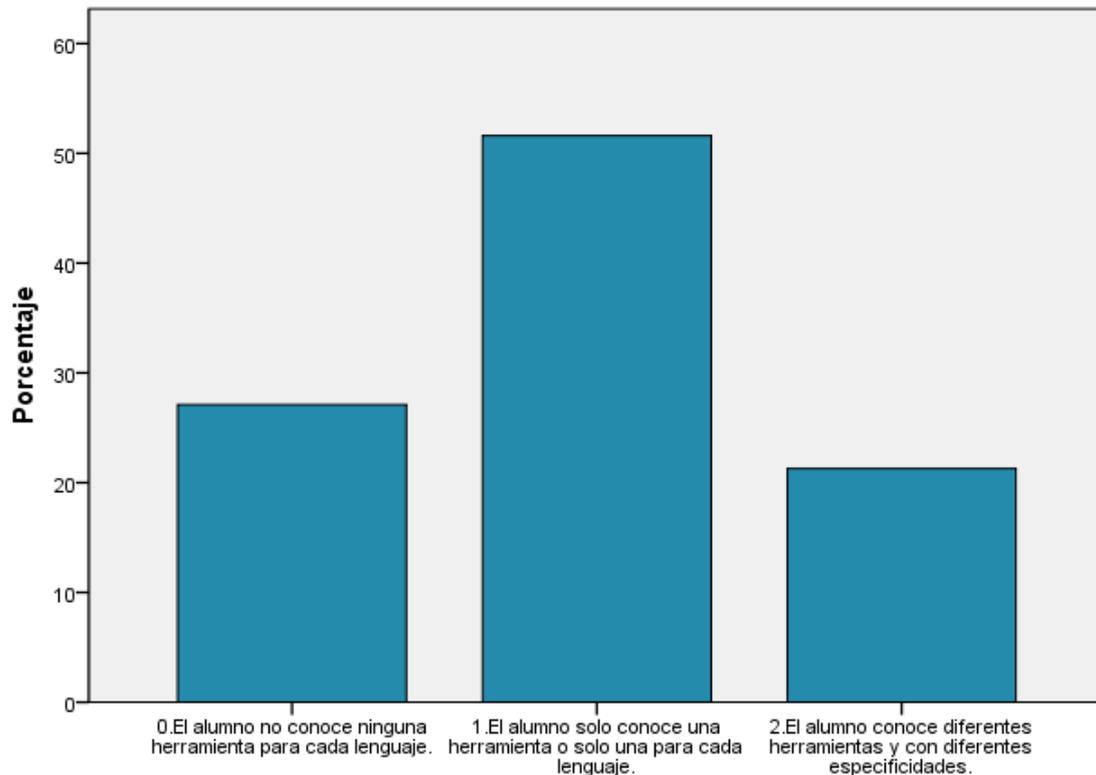


Gráfico 17: Selección de herramientas de edición utilizadas

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 17 se muestra que el 51.6% (594) de los estudiantes solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje; por lo cual, se ha impedido el desarrollo de su capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.

De la misma manera el 27.1% (312) no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje y solamente un 21.3% (245) de la muestra conoce las diferentes herramientas con sus diferentes especificidades.

Por ello, se detalla que los estudiantes han editado o manipulado los programas de ordenador imágenes, videos o audio básicos sin poder manejar programas de edición concernientes al desarrollo comunicativo como: Photoshop, Final Cut Pro, Paint, Movie Maker, Adobe Audition, Adobe Premiere, Sony Vegas, Adobe After Effects. Esto les ha impedido desarrollar su dimensión de lenguaje como se mencionó anteriormente.

Organización y secuencia visual

Tabla 20: Construcción de historia visual.

	Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
0. El alumno no discierne mensajes significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados.	956	83,1	83,1	83,1
2.El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente.	195	16,9	16,9	100,0
Total	1151	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

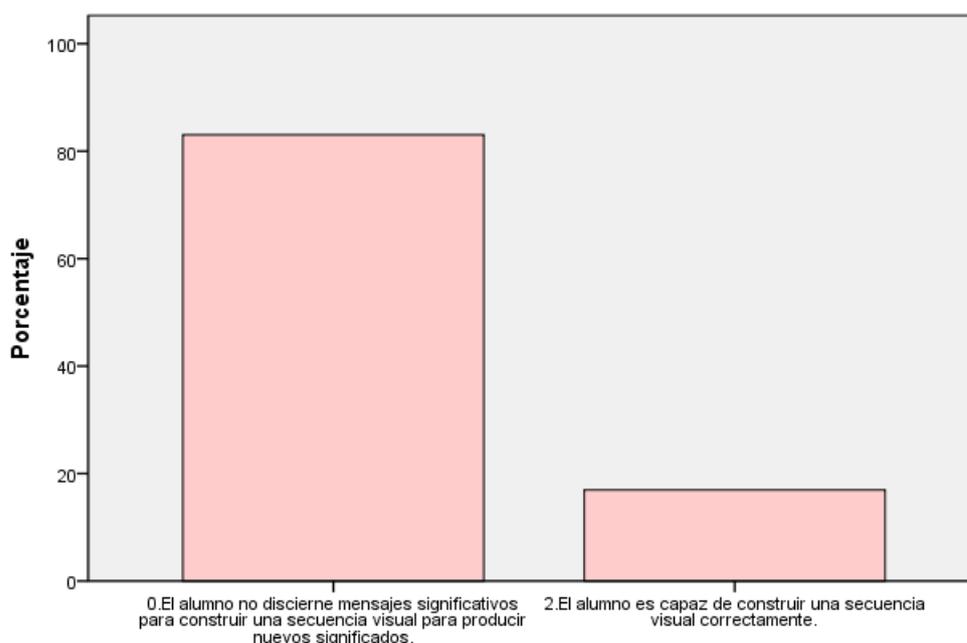


Gráfico 18: Construcción de historia visual

Fuente: Estudiantes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 18 se determina que el 83.1% (956) de estudiantes no discierne mensajes significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados y un 16.9% (195) son capaces de construir una secuencia visual correctamente.

Al presentar el número de 7 imágenes y pedirle a los estudiantes que seleccionen 5 para crear una historia, los estudiantes no son capaces de construir una secuencia visual; lo cual representa, que los estudiantes no han recibido una enseñanza adecuada para desarrollo del ámbito competitivo.

6.2. Análisis Docentes.

6.2.1. Datos sociodemográficos.

Edad y tiempo de docencia

Tabla 21: Edad y tiempo de docencia

		Tiempo docencia					Total
		<= 9	10 – 18	19 - 27	28 - 36	37 - 45	
Edad docentes	<= 30	56	0	0	0	0	56 (30.1%)
	31 - 40	27	17	0	0	0	44 (23.7%)
	41 - 50	7	25	13	2	0	47 (25.3%)
	51 - 60	1	3	8	19	2	33 (17.7%)
	61 - 70	0	0	0	1	5	6 (3.2%)
Total		91 (48.9%)	45(24.2%)	21(11.3%)	22(11.8%)	7 (3.8%)	186 (100%)

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

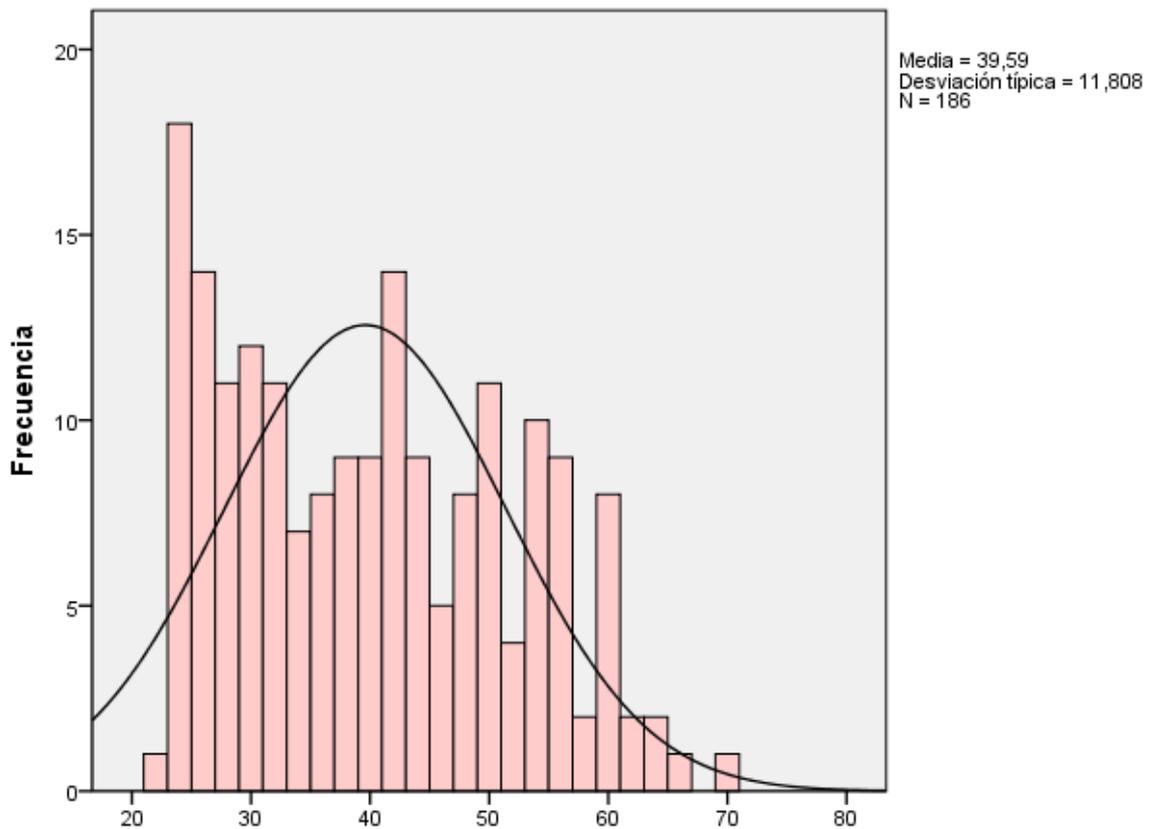


Gráfico 19: Edad docentes

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 19, se muestra que los docentes menores de 30 constituyen el 30.1% (56), los que oscilan en las edades de 31 a 40 son el 23.7% (44), de 41 a 50 años son el 25.3% (47), de 51 a 60 años constituyen el 17.7% (33) y finalmente los de 61 a 70 años que tienen un 3.2% (6).

Los resultados expuestos determinan que la mayor muestra de docentes se encuentra en aquellos menores a 30 años mientras que la edad media de los docentes encuestados es de 39.59 años. Además el docente con menor edad tiene 22 y el de mayor edad tiene 70. Con una desviación típica de 11.81.

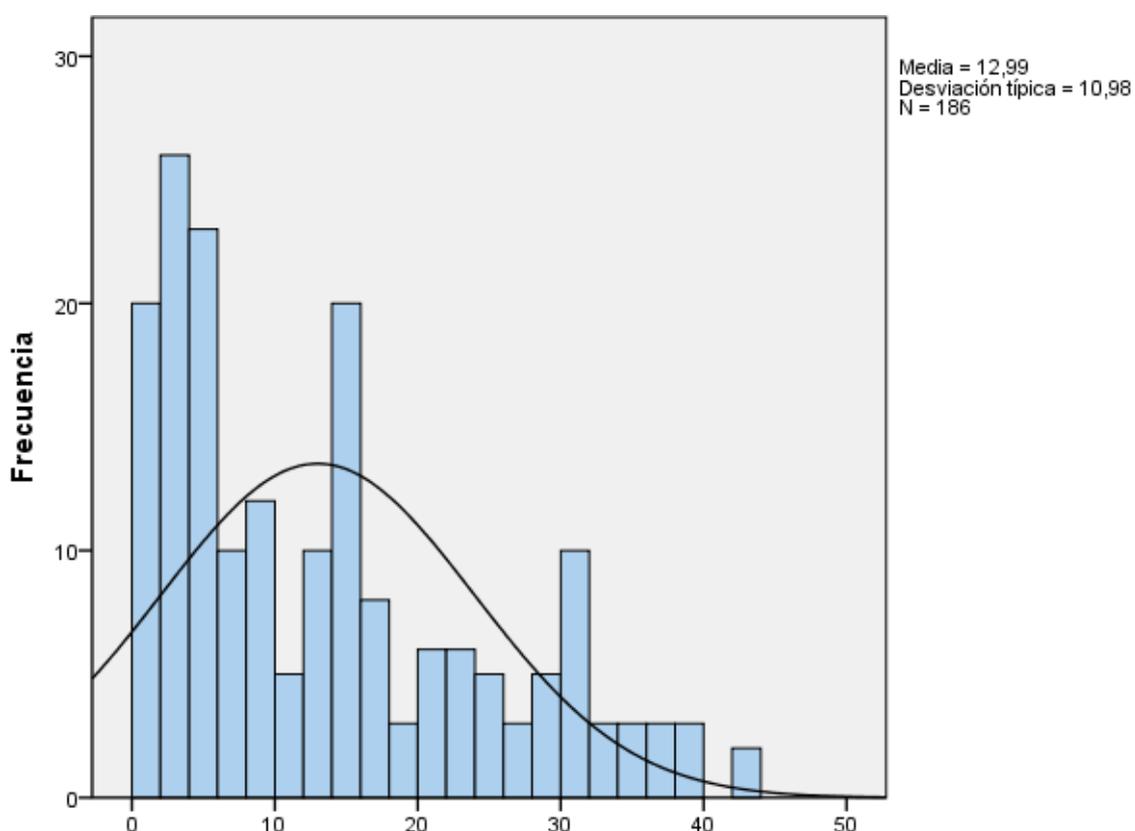


Gráfico 20: Tiempo de docencia
 Fuente: Docentes encuestados.
 Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 20 se muestra el tiempo de docencia de los profesores, determinando que aquellos que tienen menos de 9 años constituyen el 48.9%(91), los que tienen (10 a 18) son el 24.2% (45), de (19 a 27) constituyen el 11.3% (21), de (28 a 36) se colocan en el 11.8 (22) y finalmente de (37 a 45) con un 3.8% (7).

Los resultados expuestos determinan que la mayor muestra de tiempo de docencia se encuentra en aquellos que llevan menos de 9 años de impartir conocimiento, mientras que el

tiempo medio de docencia es de 12.99 años. Los docentes que se encuentran con el menor tiempo de docencia son un 10.8% que representa a 20 docentes; sin embargo, el docente con mayor tiempo en esta actividad tiene 43 años de servicio educativo representado como un 0.5%. Con una desviación típica de 10.98

Género del docente

Tabla 22: Género al que pertenece el docente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1. Masculino	87	46,8	46,8	46,8
2.Femenino	99	53,2	53,2	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

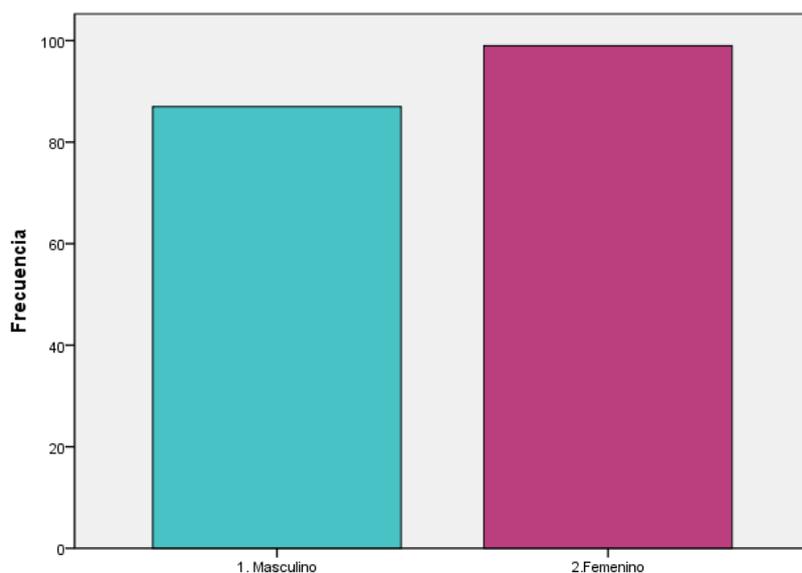


Gráfico 21: Sexo docentes

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 21 los docentes de las 23 instituciones educativas son un 53.2% (99) femenino y un 46.8% (87) masculino; lo cual determina que no existe una gran diferencia de género en la presencia de docentes en las instituciones educativas privadas, públicas y fiscomisionales.

Instituciones educativas tipo y nombre

Tabla 23: Tipo de institución educativa con nombres respectivos

		Tipo institución educativa			Total
		1.Público	2.Privado	3.Fiscomisional	
Nombre institución educativa	1.Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva De Ayora	12			12 (6.5%)
	2. Colegio Dr. Antonio Peña Celi		11		11 (5.9%)
	3. Colegio Experimental Bernardo Valdivieso	14			14 (7.5%)
	4. Colegio Experimental Pío Jaramillo Alvarado	12			12 (6.5%)
	5. Colegio Nacional Adolfo Valarezo	1			1 (0.5%)
	6. Colegio Particular Juan Montalvo		1		1 (0.5%)
	7. Colegio Particular Eugenio Espejo		3		3 (1.6%)
	8. Colegio Particular José María Vivar Castro		3		3 (1.6%)
	9. Colegio Hernán Gallardo Moscoso	7			7 (3.8%)
	10. Colegio Iberoamericano San Agustín		6		6 (3.2%)
	11. Instituto Tecnológico Superior Daniel Álvarez Burneo	5			5 (2.7%)
	12. Colegio José Antonio Eguiguren La Salle		14		14 (7.5%)
	13. Colegio Liceo de Loja		8		8 (4.3%)
	14. Tagesschule y Colegio San Gerardo		9		9 (4.8%)
	16. Unidad Educativa Ateneo		12		12 (6.5%)
	17. Unidad Educativa Calazanz			4	4 (2.2%)
	18. Unidad Educativa	10			10

	Fernando Suárez Palacio				(5.4%)
	19. Unidad Educativa Fiscomisional Vicente Anda Aguirre			11	11 (5.9%)
	20. Unidad Educativa Particular La Porciúncula		8		8 (4.3%)
	21. Unidad Educativa Particular La Inmaculada		16		16 (8.6%)
	22. Unidad Educativa Particular San Francisco de Asís			12	12 (6.5%)
	23. Unidad Educativa Teniente Coronel Lauro Guerrero	7			7 (3.8%)
Total		68 (36.6%)	91 (48.9%)	27 (14.5%)	186 (100%)

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

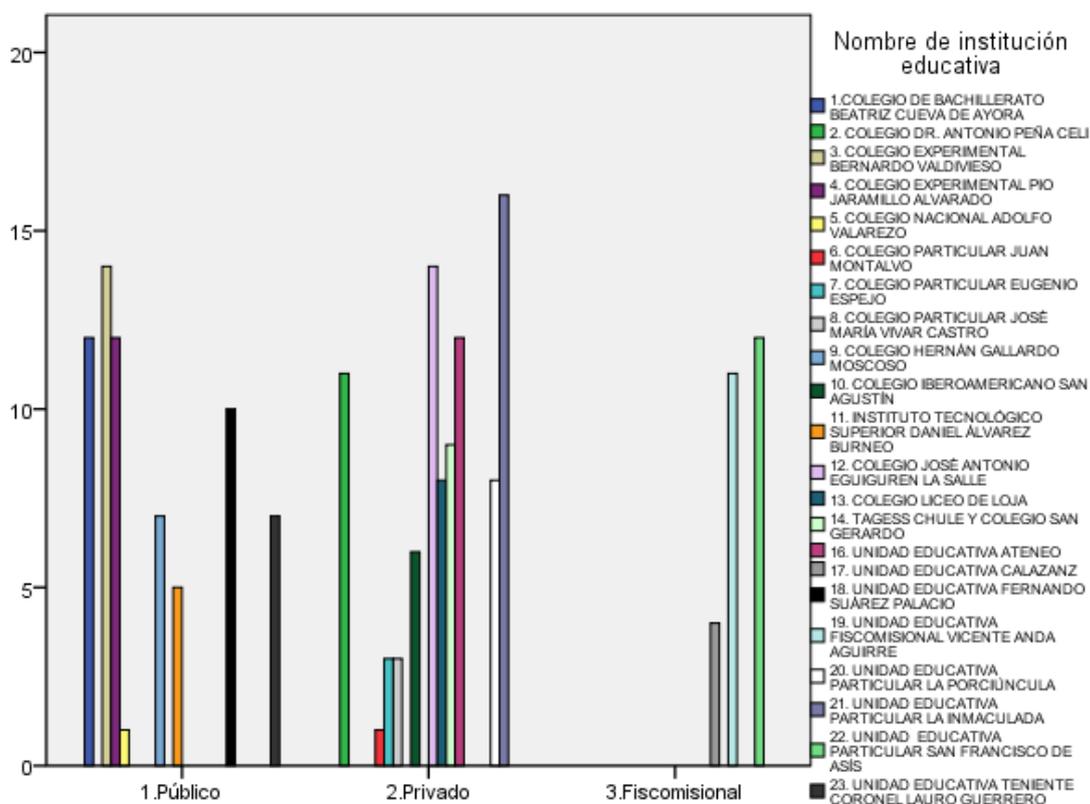


Gráfico 22: Tipo de institución educativa con nombres respectivos

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

Los docentes de las instituciones educativas encuestadas como se muestra en el gráfico 22 en su mayoría pertenecen a los colegios privados ya que constituyen un 48.9% (91) de la muestra, mientras que el 36.6% (68) pertenecen a los colegios públicos y un 14.5% (27) se encuentran impartiendo en los colegios fiscomisionales; lo cual determina que los colegios privados tienen el mayor porcentaje de participación con respecto a los públicos y los fiscomisionales se muestran como los de menor participación.

Cursos a los que imparte el docente

Tabla 24: Cursos a los que imparte el docente

	Frecuencia	Porcentaje	%válido	% acumulado
1.10mo Año de Educación Básica	61	32,8	32,8	32,8
2.1er Año de Bachillerato	39	21,0	21,0	53,8
3.2do Año de Bachillerato	34	18,3	18,3	72,0
4.3er Año de Bachillerato	52	28,0	28,0	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

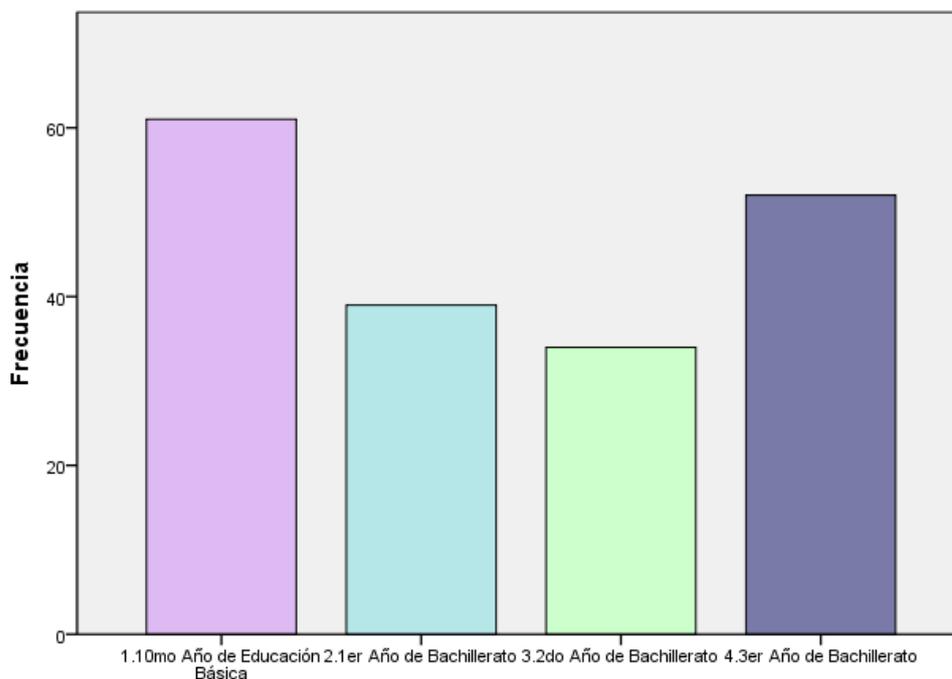


Gráfico 23: Cursos a los que imparte el docente

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

Como se muestra en el gráfico 23 la mayoría de los docentes imparten al décimo de básica con 32.8% (61), el 28% (52) imparte al tercer año de bachillerato, el 21% (39) imparte al primer año de bachillerato, mientras que el 18.3% (34) que imparte al segundo año de bachillerato constituye el nivel educativo con el menor número de docentes.

Conocimiento previo de Comunicación audiovisual

Tabla 25: Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital

		1. Ninguna	2. Alguna	3. Bastante	Total
Edad docentes	<= 30	5	39	12	56
	31 - 40	6	27	11	44
	41 - 50	6	27	14	47
	51 - 60	9	21	3	33
	61 - 70	3	2	1	6
Total		29 (15,6%)	116 (62,4%)	41 (22,%)	186 (100%)

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

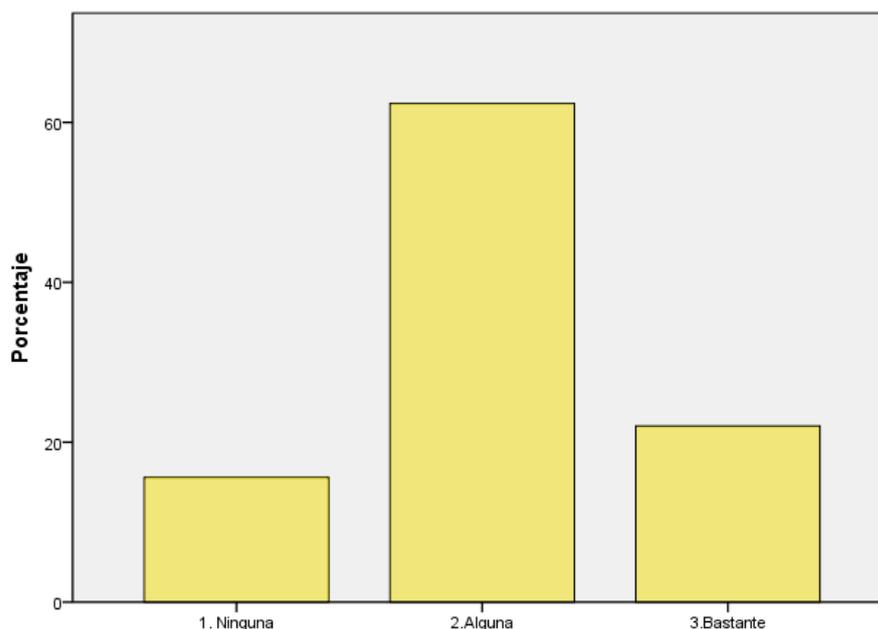


Gráfico 24: Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

Tomando en consideración los resultados del gráfico 24, los docentes de las 23 instituciones educativas de la ciudad de Loja tienen el 62% (116) de algún grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital y el 15.6% (29) no ha recibido ninguna formación en el tema; quedando un 22% (41) de docentes que han sido capacitados en comunicación audiovisual y digital; razón por la cual los docentes no están capacitados para orientar a los estudiantes en comunicación audiovisual.

Además, se puede agregar que los docentes con mayor conocimiento audiovisual y digital son aquellos que tienen menos de 30 años que constituyen el 30.1% (56) y en manera decreciente a medida que el docente tienen más edad quedando los de menor conocimiento audiovisual y digital aquellos que están entre (61 a 70) años que constituyen el 3.2% (6); por lo cual se necesitan capacitaciones para guiar a los estudiantes sobre esta rama educativa que les permitirá ser competentes mediáticamente.

6.2.2. Dimensiones Docentes.

Mediante el análisis del segmento de las dimensiones de tecnología y lenguaje se determinará el nivel de competencias mediáticas audiovisuales que poseen los docentes que imparten a los 23 colegios encuestados de la ciudad de Loja.

De esta manera, se conocerá el dominio de los conocimientos, destrezas y actitudes que deben poseer los docentes en su desarrollo profesional-educativos para participar activamente en respuesta a los mensajes que reciben y producen tanto en el ámbito de análisis como en el de la expresión.

6.2.2.1. Dimensión Tecnología.

La dimensión de tecnología permitirá evaluar el nivel de competencia mediática audiovisual que tienen los docentes con respecto al desarrollo de sus capacidades, habilidades y niveles de comprensión en las innovaciones tecnológicas; así como los recursos educativos que usan para el desarrollo de las innovaciones tecnológicas por parte de sus estudiantes.

Para la presente investigación se realizó el análisis de las siguientes preguntas: 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.

Tabla 26: Recursos tecnológicos con los que cuenta la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.La institución no cuenta con ninguna herramienta tecnológica	44	23,7	23,7	23,7
1. Posee recursos básicos.	137	73,7	73,7	97,3
3.Otros S/V	5	2,7	2,7	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

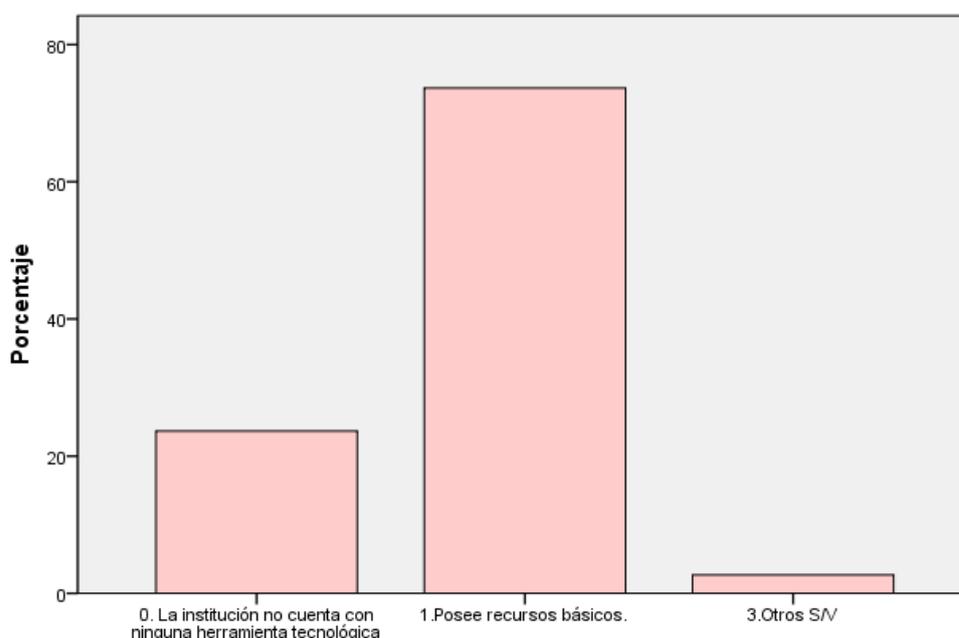


Gráfico 25: Recursos tecnológicos con los que cuenta la institución

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 25 se demuestra que el 73.7% (137) de los colegios, poseen los recursos básicos aunque no tienen herramientas tecnológicas adicionales, el 23.7% (44) no cuenta con recursos básicos y el 2.7% (5) posee algún tipo de herramienta digital pero no cuenta con lo necesario para cubrir las necesidades educativas.

Aquellos implementos tecnológicos tales como: computadoras, pizarra digital interactiva (PDI), proyectores, conexión a internet, Tablet, PC, son considerados recursos básicos

necesarios en las instituciones educativas ya que por medio de ellas se puede generar una educación competente mediáticamente, debido a que estos implementos tecnológicos sirven de apoyo educativo.

Uso de Tablet, concepto y funciones

Tabla 27: Tablet, Concepto y funciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.No pose el conocimiento para identificar	10	5,4	5,4	5,4
1.Posee un criterio errado en cuanto a la función del dispositivo	6	3,2	3,2	8,6
2. Maneja perfectamente los conocimientos y funciones de la herramienta	170	91,4	91,4	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

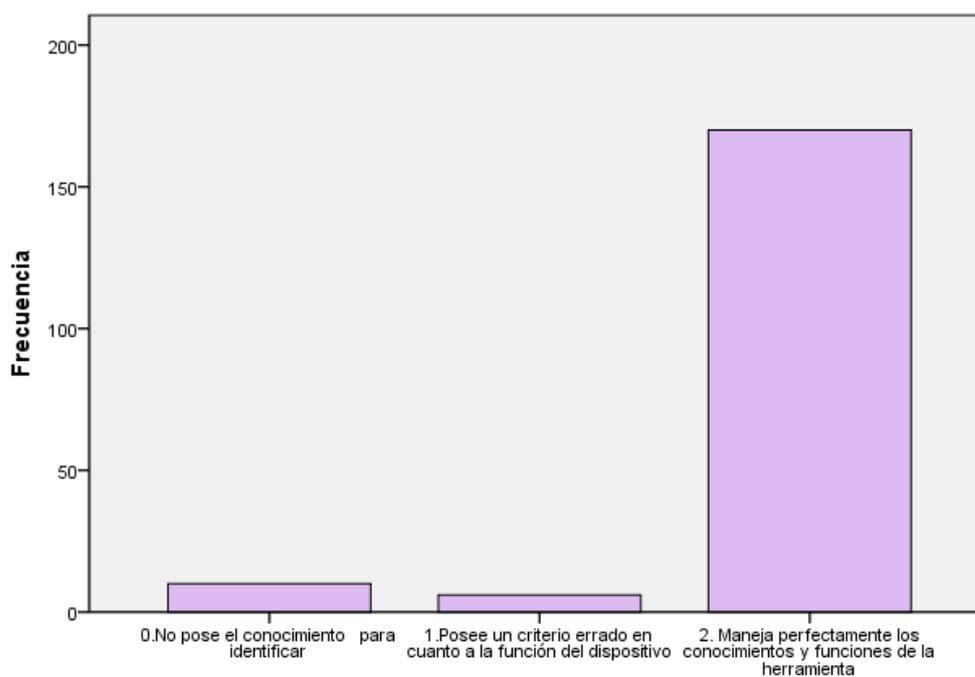


Gráfico 26: Tablet, Concepto y funciones

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 26 se muestra que el 91.4% (170) de las instituciones educativas, los docentes manejan perfectamente los conocimientos y funciones de la herramienta Tablet que permite almacenar, procesar la información y acceder a internet, el 3,2% (10) posee un conocimiento errado en cuanto a la función del dispositivo y un 5.4% (6) no posee el conocimiento para identificar el mecanismo tecnológico Tablet.

Se resalta que este dispositivo permite desarrollar la capacidad de manejo de los dispositivos y las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.

Relación con la publicidad de los navegadores de búsqueda

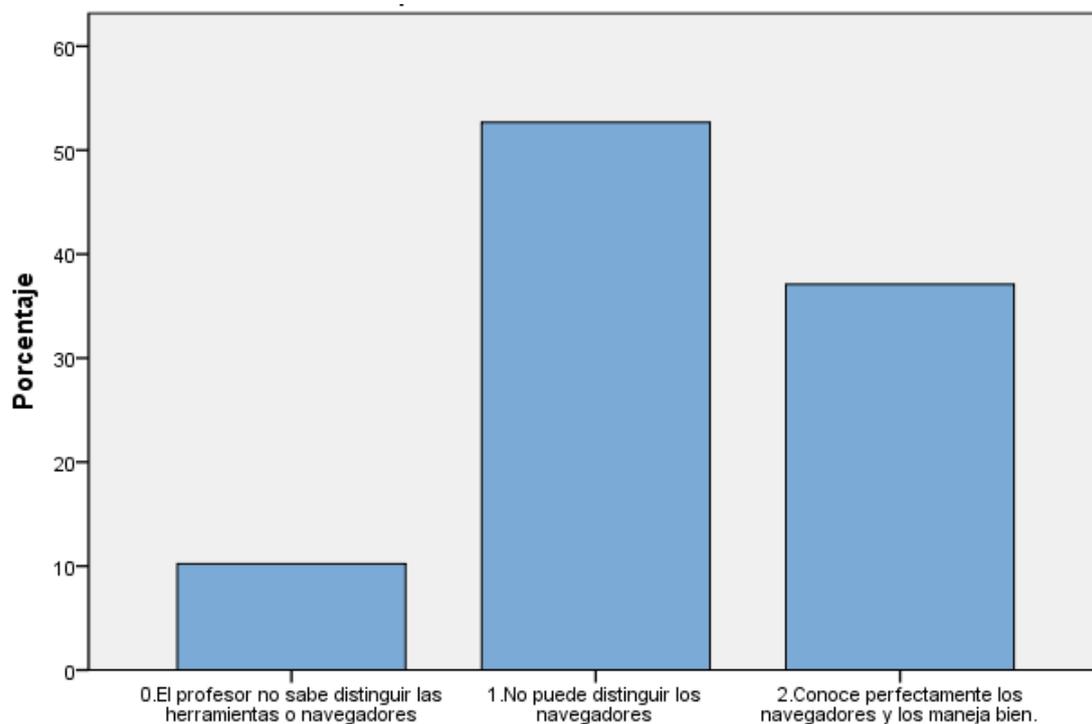
Tabla 28: Conocimiento de la relación que existe con la publicidad de los navegadores de búsqueda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.El profesor no sabe distinguir las herramientas o navegadores	19	10,2	10,2	10,2
1.No puede distinguir los navegadores	98	52,7	52,7	62,9
2. Conoce perfectamente los navegadores y los maneja bien.	69	37,1	37,1	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

Gráfico 27: Conocimiento de la relación que existe con la publicidad de los navegadores de búsqueda



Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 27, los docentes de las 23 instituciones educativas de la ciudad de Loja no logran distinguir completamente los navegadores en un 52.7% (98), mientras que el 37.1% (69) los conoce perfectamente y el 10.2% (19) no sabe distinguir las herramientas o navegadores tales como: Google, Safari, Bing o Yahoo!

Estos buscadores de internet exentos de publicidad comercial, permiten a sus usuarios el acceso para la búsqueda; por ello, los docentes deben conocer cómo manejarlas de manera adecuada y de esta manera puedan desarrollar su capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal generando el fortalecimiento del ámbito de la investigación ya que los estudiantes consume pero no generan información.

Uso y función del GPS

Tabla 29: Uso y función del GPS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.No Comprende la herramienta no sabe de la existencia de esa herramienta	21	11,3	11,3	11,3
2. Comprende bien la herramienta tecnológica y sus funciones	165	88,7	88,7	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).



Gráfico 28: Uso y función del GPS

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 28, se muestra que el 88.7% (165) de los docentes, comprenden bien como se utiliza la herramienta tecnológica GPS en la telefonía móvil y sus funciones de localización y el 11.3% (21) no comprende el uso y el servicio que presta.

Aunque los docentes conocen el manejo de la innovación GPS, no están en la capacidad de enseñar a sus estudiantes como aprovechar la herramienta y protegerse de ella; pues esta herramienta permite el posicionamiento global de objetos y personas al no usarse con responsabilidad puede ser una herramienta peligrosa; es así, que los docentes tienen la responsabilidad de desarrollar su capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas.

Docentes que han adquirido Smart Phone

Tabla 30: Docentes que poseen Smart Phone

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.Sí	65	34,9	34,9	34,9
2.No	121	65,1	65,1	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

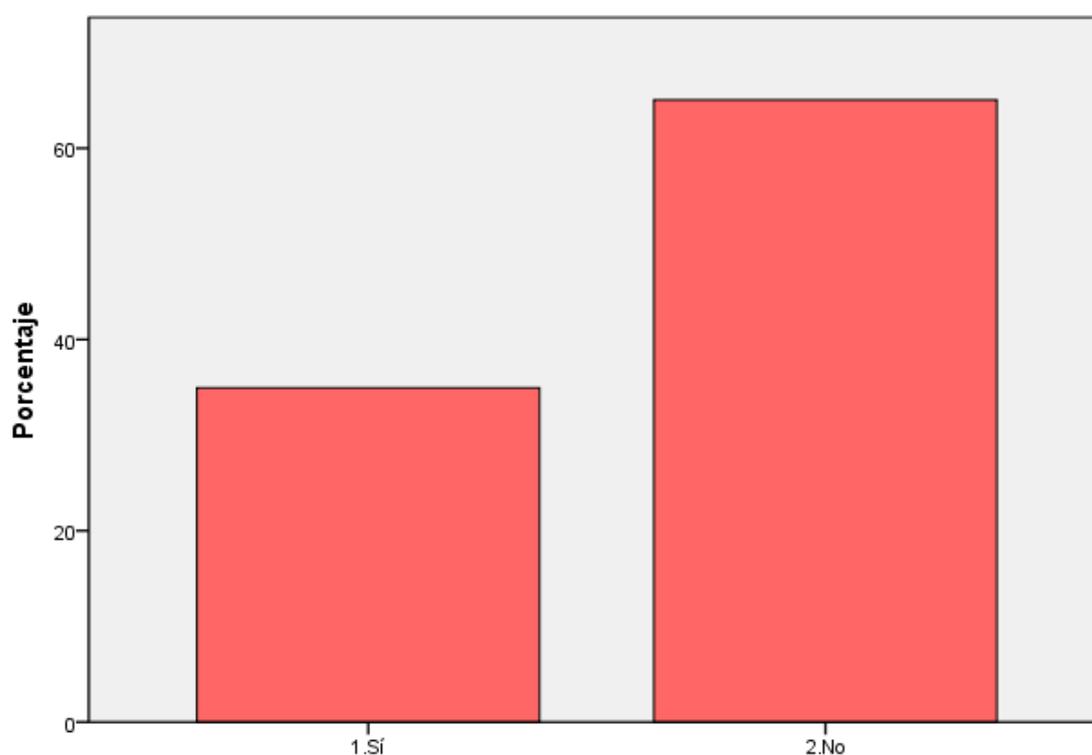


Gráfico 29: Docentes que poseen Smart Phone

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 29, el 65,1% (121) de los docentes de las instituciones educativas no poseen Smart Phone mientras que un 34.9% (65) si lo poseen.

Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.

Conocimiento y manejo de las funciones del Smart Phone.

Tabla 31: Conocimiento de utilidades del Smart Phone

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.Realiza solo las funciones básicas de la herramienta	127	68,3	68,3	68,3
1. Utiliza algunas funciones	25	13,4	13,4	81,7
2. Aprovecha todas las funciones de la herramienta.	30	16,1	16,1	97,8
3. Otros S/V	4	2,2	2,2	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

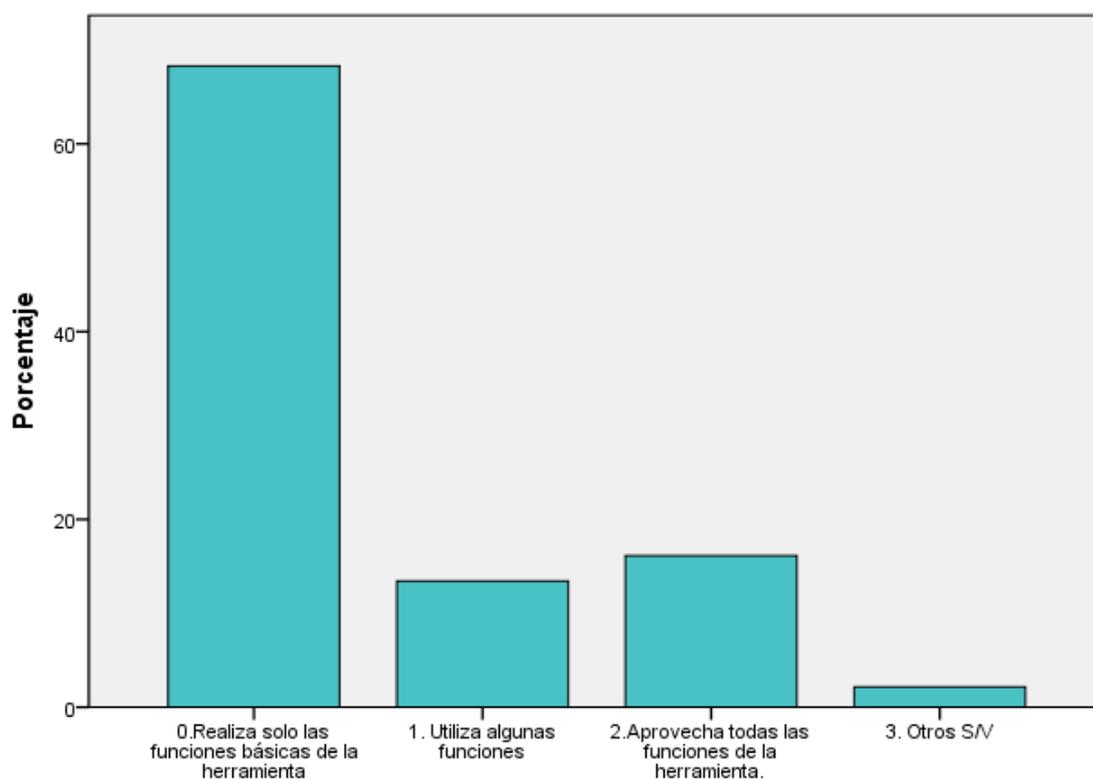


Gráfico 30: Conocimiento de utilidades del Smart Phone

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 30, se muestra que el 68.3% (127) de los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Loja, realiza las funciones básicas de la herramienta Smart Phone, el 13.4% (25) hace uso de algunas funciones, solo el 16.1% (30) aprovecha todas las funciones de la herramienta y un 2,2% (4) que utiliza otras opciones.

Aunque el 65,1% (121) de docentes no posee Smart Phone, el 34.9% (65) si lo poseen pero no explotan las herramientas y las funciones que presta el dispositivo, se limitan al uso básico de teléfono móvil; es decir, para realizar llamadas y mensajes dejando a un lado las aplicaciones (revisar correo electrónico, conectarse a redes sociales, realizar consultas en la web, entre otros) que les permite desarrollar su habilidad para interactuar de manera significativa con medios.

Nivel de uso de recursos educativos tecnológicos

Tabla 32: Recursos educativos tecnológicos utilizados por los docentes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1. El docente utiliza las herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza.	116	62,4	62,4	62,4
2. El docente utiliza nuevas tecnologías como herramientas de aprendizaje.	70	37,6	37,6	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

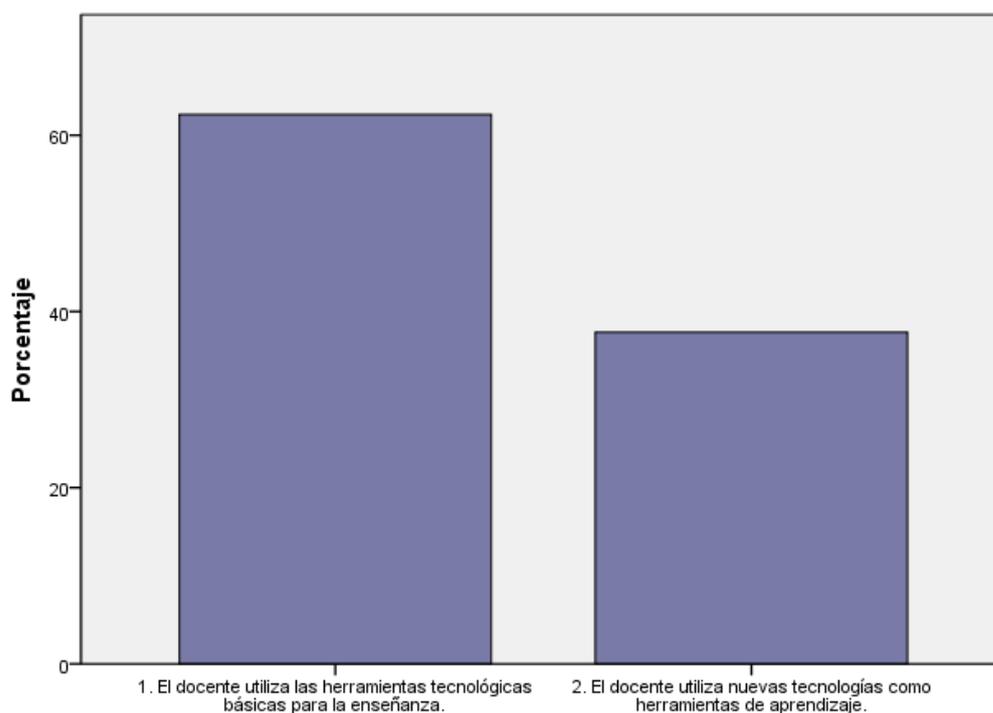


Gráfico 31: Recursos educativos tecnológicos utilizados por los docentes.

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 31 se muestra que el 62.4% (116) de los docentes utilizan las herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza como recurso educativo y el 37.6% (70) utilizan las nuevas tecnologías como herramienta de aprendizaje

Existen docentes que utilizan como herramientas de apoyo programas educativos para su enseñanza tales como: comerciales, de libre disposición, de presentaciones (Power Point), de procesadores de texto (Word, Excel), las cuales limitan el desarrollo mediático, mientras la minoría de docentes utiliza herramientas tecnológicas que permiten el desarrollo en competencias mediáticas como: entornos virtuales de aprendizaje, blogs, portales educativos, redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter,...), bancos de imágenes y sonidos, foros, entre otros.

Control de contenido de internet por parte de los docentes a sus estudiantes dentro de las instituciones.

Tabla 33: Control de contenido dentro de las instituciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El docente no reconoce las herramientas de control de contenidos.	94	50,5	50,5	50,5
2. El docente es capaz de identificar las herramientas para el control de los contenidos.	92	49,5	49,5	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

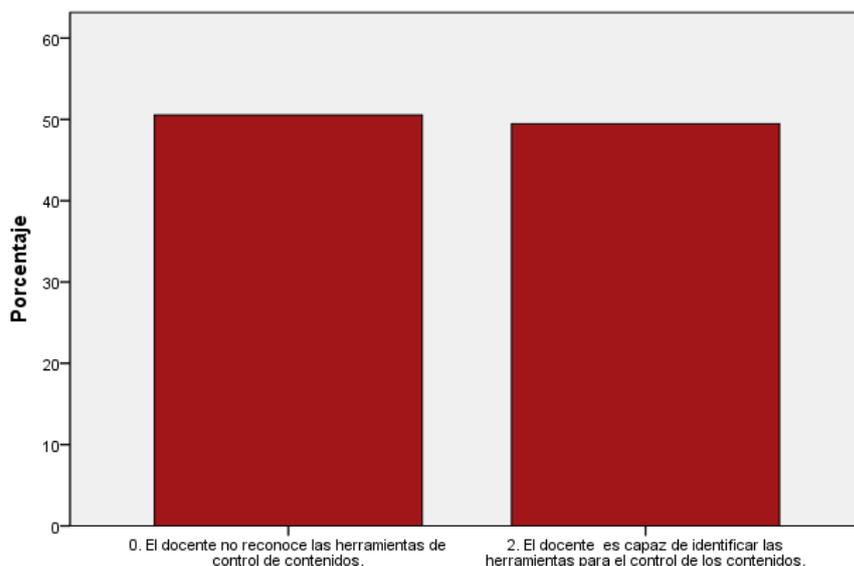


Gráfico 32: Control de contenido dentro de las instituciones

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 32 se muestra que los docentes son capaces de identificar las herramientas para el control de los contenidos medianamente en un 50.5% (94); razón por la cual, no tienen un control adecuado de los contenidos de internet de la institución educativa mientras que un 49.5% (92) no reconocen las herramientas de control de contenidos.

Es decir, la mayoría de los docentes tiene una comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos aunque desconozcan a manera de manejarlos lo cual es un riesgo a nivel educativo.

Conocimiento del uso y aplicación del programa Movie Maker

Tabla 34: Conceptualización del programa Movie Maker

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El docente no conoce del programa.	107	57,5	57,5	57,5
2. El docente identifica el programa informático.	79	42,5	42,5	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

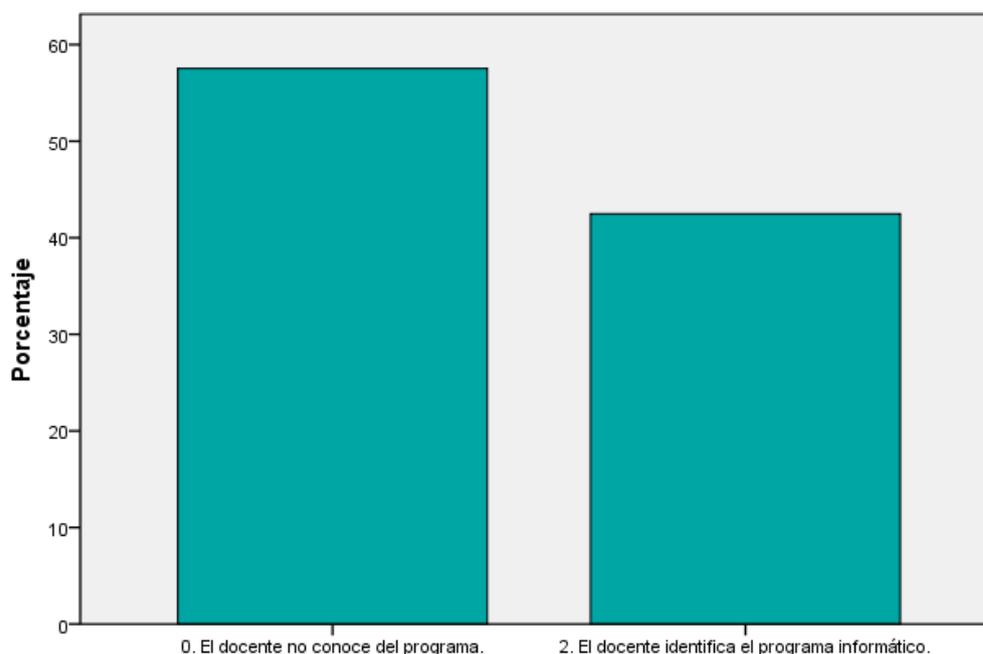


Gráfico 33: Conceptualización del programa Movie Maker

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 33 se muestra que el 57.5% (107) de los docentes no conoce el programa informático Movie Maker, que sirve para editar secuencias de imágenes y crear videos y un 42% (79) identifica el programa informático.

Ellos, al no conocer el programa de edición básico Movie Maker, exponen a sus estudiantes a un desconocimiento de una herramienta de edición de video básica que les podría ayudar a desarrollar su comprensión en cuanto al papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.

Conocimiento del uso de las herramientas digitales de edición audiovisual

Tabla 35: Capacidad de manejo de las herramientas digitales de edición audiovisual.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.No es capaz	27	14,5	14,5	14,5
1.Tiene conocimientos mínimos.	111	59,7	59,7	74,2
2.Conoce y utiliza la herramienta para manipular imágenes.	48	25,8	25,8	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

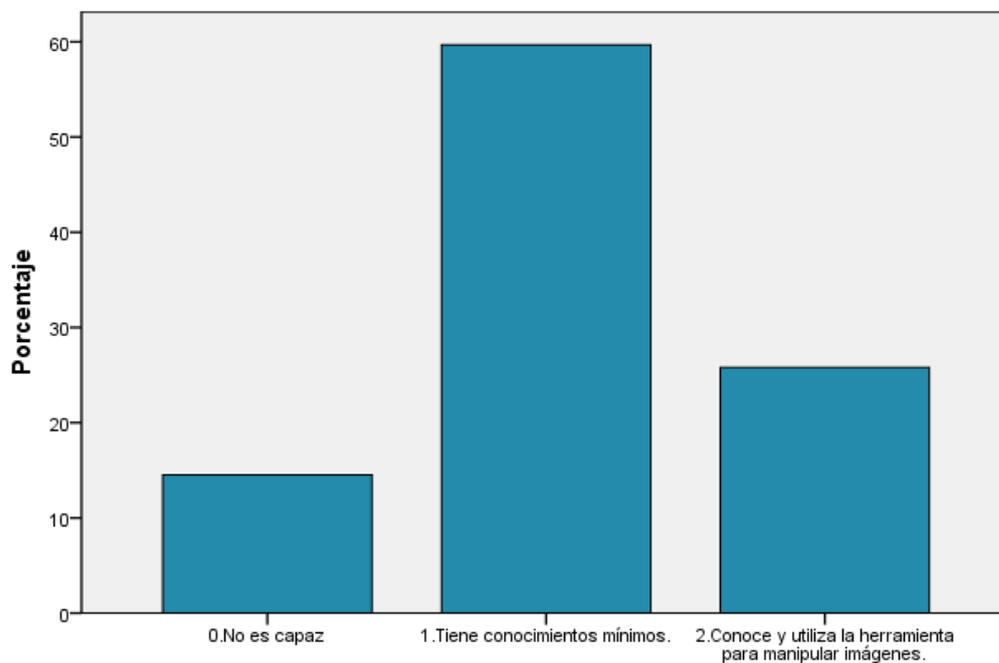


Gráfico 34: Capacidad de manejo de las herramientas digitales de edición audiovisual Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 34 se muestra que el 59% (111) de los docentes tienen conocimientos mínimos de cómo se edita una imagen utilizando para ello un programa (Photoshop, paint, etc.); el 25.8% (48) de ellos conoce y utiliza las herramientas para manipular imágenes y un 14.5% (27) no es capaz de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construye las representaciones de la realidad.

Al existir un porcentaje muy reducido de docentes que conocen y utilizan las herramientas para manipular imágenes, la dimensión de tecnología se ve truncada en el desarrollo cognoscitivo tecnológico de esta muestra.

6.2.2.2. Dimensión Lenguaje.

La dimensión de lenguaje determinará el nivel de competencia mediática que poseen los docentes para, interpretar, analizar y comprender la información que ofrece el entorno mediático en el que se desenvuelve; además de saber si tienen el conocimiento adecuado para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo de manera adecuada en los distintos medios tecnológicos .

Para el siguiente análisis se realizó la evaluación de las siguientes preguntas: 19, 20, 21.

Capacidad distinguir códigos en los mensajes de los medios de comunicación

Tabla 36: Capacidad de distinguir los códigos transmitidos en los mensajes de los medios de comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0.No detecta ni conoce.	3	1,6	1,6	1,6
1.La interpretación de los códigos y registros es escasa.	138	74,2	74,2	75,8
2.Me preocupo por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz....)	45	24,2	24,2	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

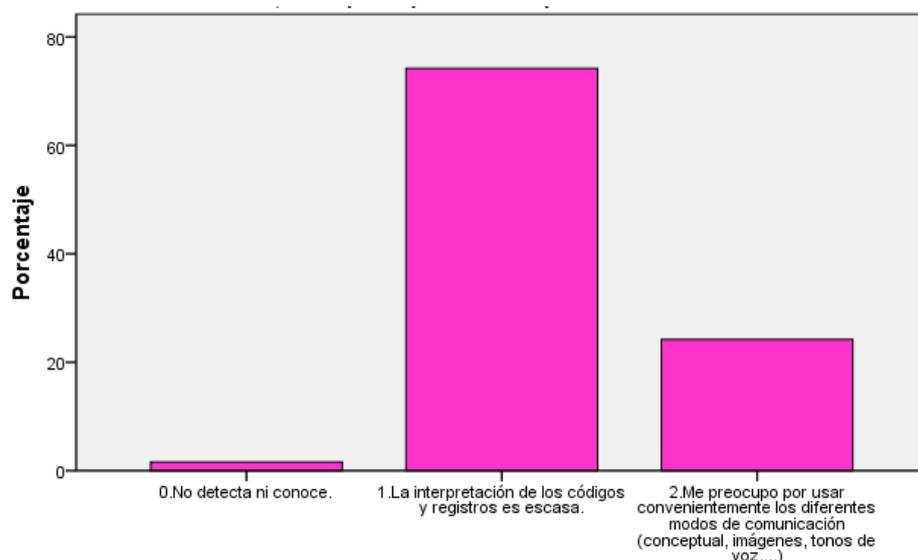


Gráfico 35: Capacidad de distinguir los códigos transmitidos en los mensajes de los medios de comunicación.

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 35 se muestra que el 74.2% (138) de los docentes tienen una interpretación de códigos (verbal, icónico, musical...) y registros (formal, informal, culto, coloquial...) escaso y un 1.6% (3) que no detecta ni conoce los códigos transmitidos en los mensajes de los medios de comunicación.

Al existir un 24.2% (45) de docentes que se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) la recepción de los diferentes mensajes de los medios de comunicación, incluido Internet, no se distinguen.

Capacidad del docente de comunicarse a través de los medios adecuadamente

Tabla 37: Capacidad del docente de comunicarse a través de los medios adecuadamente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0. El profesor no posee la capacidad para transmitir a través de los medios según el contexto.	19	10,2	10,2	10,2
1.No cuenta con la capacidad suficiente.	109	58,6	58,6	68,8
2.Sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.	58	31,2	31,2	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

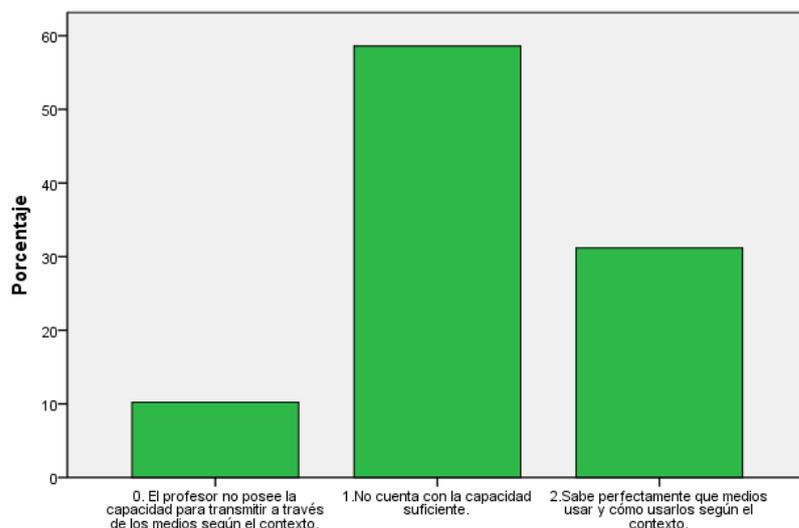


Gráfico 36: Capacidad del docente de comunicarse a través de los medios adecuadamente

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 36 se muestra que el 58.6% (109) de docentes no cuenta con la capacidad suficiente para comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje; sin embargo, existe un 31.2% (58) que sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.

Por lo cual, el 10.2% (19) de los docentes no posee la capacidad de transmitir a través de los medios un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje.

Uso conveniente de los diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.

Tabla 38: Uso conveniente de los diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.

	Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
0. No se interesa, no aplica un lenguaje apropiado para mejorar el proceso educativo.	4	2,2	2,2	2,2
1. Un mínimo interés en uso de un lenguaje entendible en el proceso educativo.	57	30,6	30,6	32,8
2. Cumple y se preocupa de manera eficiente por la educación y comprensión de sus alumnos.	125	67,2	67,2	100,0
Total	186	100,0	100,0	

Fuente Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

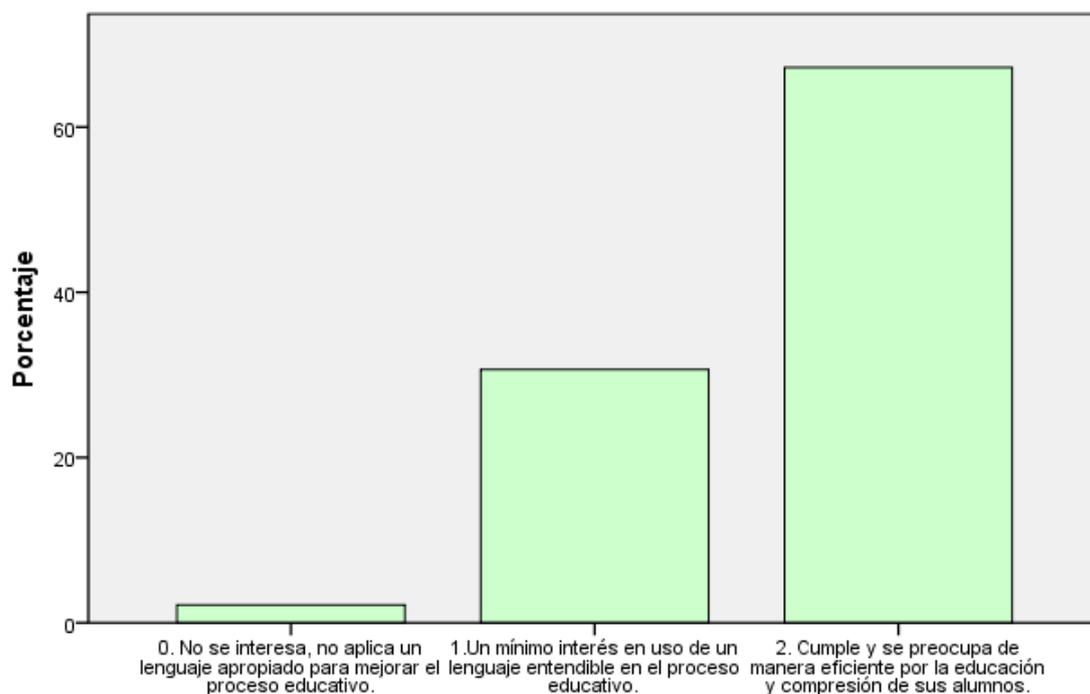


Gráfico 37: Uso conveniente de los diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.

Fuente: Docentes encuestados.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 37 se muestra que el 67.2% (125) de los docentes cumplen y se preocupan de manera eficiente por la educación y comprensión de sus estudiantes en cuanto al uso conveniente de los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) de este modo mejorarán el proceso educativo.

Pero existe un 30.6% (57) que tienen un mínimo interés por el uso de un lenguaje claro en el proceso educativo y un 2.2% (4) no se interesa ni aplica un lenguaje apropiado para mejorar el proceso educativo reflejando la falta de capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.

6.3. Focus group padres de familia.

En la presente investigación se realizó un conjunto de preguntas para determinar el nivel de competencias audiovisuales que tienen los padres de familia ya que se considera que ellos son parte fundamental en la educación de sus hijos; por ello, con el objetivo de socializar de forma directa sobre el tema de estudio con ellos se realizó un focus group.

Se utilizó como base un banco de preguntas que fue aplicado por uno de los docentes que forma parte del proyecto de la UTPL, como se mencionó anteriormente:

Las preguntas bases fueron las siguientes:

Tecnología:

1. Existe diferencia en la educación entre el tiempo padres e hijos.
2. ¿Permiten que sus hijos tengan un teléfono celular inteligente?
3. ¿Tienen ustedes un teléfono celular inteligente?
4. ¿Tienen internet en casa?
5. Posee una red social
6. ¿Conocen si sus hijos pertenecen a alguna red social?
7. Conocen como actualizar los permisos de privacidad en las redes sociales.
8. Entre internet y tv a que medio le dedican más tiempo.

Lenguaje

9. ¿Sus hijos utilizan un lenguaje diferente para comunicarse a través de medios digitales?
10. ¿Están familiarizados con las expresiones textuales de sus hijos? (emoticones, palabras cortas).

6.3.1. Datos sociodemográficos.

Colegios participantes

Colegios Públicos

- Colegio de Bachillerato Beatriz Cueva de Ayora
- Colegio Experimental Bernardo Valdivieso

Colegio Fiscomisional

- Colegio San Francisco

Colegios privados

- Colegio José Antonio Eguiguren “La Salle”,
- Tagesschule y Colegio San Gerardo
- Colegio Ateneo.

Padres de familia participantes

Se logró la participación de 13 personas por colegio, en total asistieron 78 padres de familia que constituyen el 26% del total de la muestra 299 (100%), los cuales aportaron con información valiosa para determinar su nivel e influencia de competencias mediáticas audiovisuales.

Género de los participantes

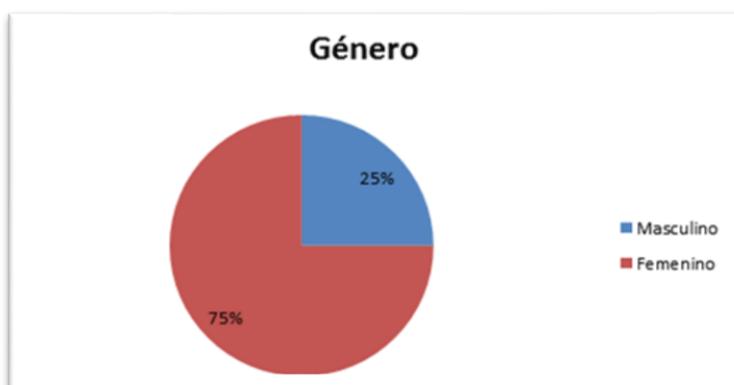


Gráfico 38: Sexo (Padres de familia)

Fuente: Padres de familia.

Elaboración: Reyes L., Arévalo M. (2014).

En el gráfico 38, de la muestra el 75% de los participantes fue integrado por el sexo femenino, mientras que el 25% fue integrado por el sexo masculino. Existe variedad de género (hombre, mujer), entre los participantes.

6.3.2. Dimensiones padres de familia.

Se realizó el análisis de las dimensiones de lenguaje y tecnología para poder establecer cuál es el nivel de competencia mediática de los padres de familia, debido a su relación directa en la educación de sus hijos; por lo tanto, se determinan como los responsables al momento de formar y proporcionar lo necesario a sus hijos para el correcto desarrollo de la competencia mediática.

6.3.2.1. Dimensión Tecnología

El estudio de la dimensión de tecnología permitirá establecer el nivel de competencia mediática audiovisual de los padres de familia, además de establecer una diferencia marcada entre los nativos digitales con respecto a los inmigrantes digitales.

Educación clásica vs contemporánea.

El 100% de los participantes del focus group manifestó que existe diferencia entre la educación actual y la tradicional (en la que ellos se formaron). La evolución de las nuevas tecnologías presenta una herramienta alternativa de consulta presentando bibliotecas online. Los padres manifiestan que su herramienta de estudio e investigación fundamental estaba constituida por libros, debido a que el acceso a Internet, así como a un computador tenía un costo muy elevado, remitía un sueño para ellos. Hoy en día los chicos prefieren la rapidez del internet pues lo “tiene todo”.

El uso de las innovaciones tecnológicas es difícil para los padres de familia, quienes piden ayuda a sus hijos que crecieron en un entorno mediático y se familiarizan con las herramientas tecnológicas. Por ello los estudiantes consumen los productos mediáticos sin la guía de control adecuada.

Control en la adquisición de Smartphone de sus hijos y propio

El 100% de los padres de familia poseen y permiten que sus hijos adquieran y manejen un teléfono inteligente; sin embargo, ellos las utilizan para actividades básicas (llamadas y envío de mensajes de texto), mientras que los jóvenes poseen mayor dominio sobre este tipo de tecnología y constituyen una guía de enseñanza del funcionamiento de los móviles para sus padres, quienes les permiten tener esta herramienta sin saber los peligros a los que se exponen sus hijos.

Las aplicaciones que posee el celular los padres no hacen uso de ellas porque no las conocen ni la manejan.

Existencia del servicio del internet en casa

El 100% de los participantes del focus group poseen internet en casa y conocen que se utiliza para realizar consultas, ver televisión, videos y más. Por ello, es que los padres de familia consideran que esta herramienta tecnológica es de uso necesario para sus hijos y admiten que; a través de ellos han creado la necesidad de poseer este servicio en casa ya que es indispensable en el desarrollo académico actual.

El internet es para los padres de familia la nueva biblioteca online de sus hijos lo que no comprenden es que haya tanta información y que sus hijos no puedan utilizarla correctamente sobre todo cuando se trata del desarrollo cognoscitivo y de aportar a la sociedad con nuevo conocimiento a partir de la investigación.

Padres de familia que poseen una red social y conocen si sus hijos la poseen

Ellos afirman tener una cuenta de Facebook activa; asimismo, tienen entre sus contactos a sus hijos. “Es una herramienta perfecta para estar en contacto con nuestros hijos, lo usamos para publicar fotos, chatear etc.”, comentan.

Es importante destacar que aunque los padres son inmigrantes digitales saben que la información más importante que deben tener sus hijos es, manejar las redes sociales manteniendo presentes sus valores, además les previenen de considerar el aceptar en sus redes a gente que realmente conozcan, debido a los riesgos que presenta una red social al representar una herramienta de intercomunicación mundial.

Conocimiento sobre privacidad en redes sociales

Las respuestas fueron unánimes en los participantes al admitir que desconocían sobre la seguridad en redes sociales ya que ellos no conocen los requerimientos y estatutos que exigen ciertas redes sociales para el registro de la obtención de una cuenta social online, tampoco las restricciones que pueden proteger la integridad de la cuenta de sus hijos.

Por ello, fue claro que no sabían que explícitamente la red social Facebook requiere que sus usuarios sean mayores de edad.

Entre internet y TV a que medio le dedica más tiempo la familia

Los padres coinciden en que la televisión recibe la mayor parte del tiempo con respecto al internet aunque en varias ocasiones admiten que se utilizan los dos medios paralelamente.

6.3.2.2. Dimensión Lenguaje

El estudio de la dimensión de lenguaje permitirá conocer el nivel de entendimiento de los padres de familia de la gama de mensajes difundidos por los medios digitales; así como conocer el lenguaje que utilizan sus hijos en los mismos.

Conocimiento del lenguaje que utilizan sus hijos a través de medios digitales

Los jóvenes utilizan para comunicarse los emoticones y han fragmentado el lenguaje de tal manera que acortan las palabras o utilizan simbologías parecidas omiten completamente las reglas de ortografía y redacción lo cual genera una destrucción total del lenguaje.

Conocimiento del uso del lenguaje en las redes sociales.

Los participantes tienen conocimiento sobre cómo es la comunicación utilizando redes sociales u otras herramientas digitales. “Usan palabras recortadas, imágenes, emoticones”.

Acotan, “Es complicado entender sus nuevas formas de expresión; sin embargo, tratamos de involucrarnos en su entorno y aprender para tener una mejor comunicación con sus hijos”.

Análisis general estudiantes-docentes

Dimensión tecnología

- Los docentes tienen un bajo desarrollo de su capacidad para manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal, esta deficiencia no les permite identificar las herramientas para el control de los contenidos a los cuales acceden sus estudiantes dentro de las instituciones educativas.
- Los estudiantes utilizan su navegador de preferencia Google Chrome por las características y servicios que les ofrece pero no son capaces de realizar una búsqueda eficaz. Su único soporte mediático es que son nativos digitales y esto les ha permitido desarrollar su capacidad de manejar herramientas aprovechándolas para comunicarse e informarse todo lo contrario los docentes quienes son inmigrantes digitales y a quienes les es difícil desenvolverse en ese ámbito.
- Los docentes no tienen formación en comunicación audiovisual y digital pero en entorno mediático les ha permitido manejar herramientas tecnológicas como: Tablet, Smart Phone, y el uso del GPS, haciendo posible una comunicación multimodal y multimedial fuera del entorno educativo.
- Los docentes no han desarrollado su capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construye las representaciones de la realidad ya que no saben cómo transformar imágenes, utilizando un programa específico para ello (Photoshop, paint, etc.); y por ello, los estudiantes no los manejan con corrección.

Dimensión lenguaje

- Los docentes cumplen y se preocupan por la educación, comprensión y uso conveniente de los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) de sus estudiantes aunque no han desarrollado su capacidad de interpretar y valorar los diversos códigos de representación, tampoco comprenden códigos que permiten identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática
- Los docentes no tienen la capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato, lo que repercute en los estudiantes que no tienen

la capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.

- Los docentes tienen una interpretación de códigos (verbal, icónico, musical...) y registros (formal, informal, culto, coloquial...) escasa por lo cual la recepción de los diferentes mensajes de los medios de comunicación, incluido Internet no se distinguen; de la misma manera, sus estudiantes no conocen las diferentes herramientas con sus diferentes especificidades lo cual refleja su incapacidad de discernir mensajes significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados con una secuencia visual correcta.

Análisis general estudiantes-padres de familia

Dimensión tecnología

- Los padres de familia tienen y facilitan las herramientas tecnológicas a sus hijos, las Tic no son de su total conocimiento aunque les interesan para guiar a sus hijos en cuanto a valores antepuestos al manejarlas ya que reconocen que el uso de los ordenadores es una habilidad que no han desarrollado al ser inmigrantes digitales.
- Aunque tienen claro la necesidad de desarrollar las habilidades básicas que ofrecen las TIC: uso de ordenadores para almacenar, producir, presentar e intercambiar información, así como participar en redes de colaboración de Internet, su obstáculo está en que ellos tienen que ser autodidactas o pedir apoyo de sus hijos porque no existen capacitaciones para la materia enfocada en padres de familia.
- No poseen un nivel de competencias mediáticas suficiente para manejar las innovaciones tecnológicas aunque aportan al desarrollo de las mismas de los estudiantes facilitándoles las herramientas tecnológicas y el acceso sin poder evitar el bombardeo informático.
- Los estudiantes en la educación que reciben no han desarrollado su criticidad ante los medios audiovisuales y digitales y aunque sus padres conocen la programación nacional e internacional, solo pueden controlar el contenido que consumen sus hijos en televisión de acuerdo a las categorías A, B y C etc. En cuanto a los productos online su participación es paralela.

Dimensión lenguaje

- La accesibilidad a internet y más herramientas tecnológicas es alta; así como también es predominante la elección de Facebook en cuanto a uso de redes sociales.
- El lenguaje se ve segmentado por los estudiantes que utilizan palabras entrecortadas para comunicarse online y han desplazado la comunicación interpersonal.
- Los padres de familia conocen las herramientas que poseen sus hijos pero no los peligros a los que se exponen sin la guía adecuada para comunicarse online.

6.4. Comprobación de hipótesis.

6.4.1. Hipótesis I.

Los estudiantes tienen un nivel de competencias mediática audiovisuales medio. En la dimensión de tecnología tienen conocimientos, destrezas y actitudes necesarias para participar activamente en respuesta a los mensajes que reciben y producen tanto en el ámbito de análisis como en el de la expresión aunque no utilizan ese conocimiento para reconocer información de calidad que les permita generar conocimiento e identificar las restricciones y normas de seguridad para la utilización de los medios digitales.

1151 estudiantes de las 23 instituciones educativas de la ciudad de Loja encuestados se consideran nativos digitales; sin embargo, en la dimensión de lenguaje su nivel de interpretación, análisis y comprensión de la información es bajo; por lo cual, para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo, no cumplen con las reglas gramaticales correspondientes.

6.4.2. Hipótesis II.

Los docentes menores de 30 años tienen conocimiento audiovisual y digital, constituyendo el 30.1% (56) lo que refleja el nivel de competencia mediática audiovisual de los 186 docentes encuestados con respecto a sus capacidades, habilidades y niveles de comprensión en las innovaciones tecnológicas; así como, de los recursos educativos que usan para el desarrollo educativo.

En la investigación se determinó que los docentes conocen y manejan ciertas herramientas tecnológicas, aunque desconocen el uso de otras, que se consideran básicas digitalmente para edición de imagen, sonidos y video. Esto agregado a que no controlan el contenido al que acceden sus estudiantes.

Sin embargo, en la dimensión de lenguaje los docentes interpretan, analizan y comprenden la información que ofrece el entorno mediático aunque no guían a sus estudiantes adecuadamente para producir, modificar o criticar contenido y comunicarlo de manera adecuada en los distintos medios tecnológicos.

6.4.3. Hipótesis III.

Se comprueba que los padres de familia son inmigrantes digitales y no conocen ni manejan las herramientas digitales pero permiten a sus hijos la creación de redes sociales y el uso de dispositivos tecnológicos. Además aceptan la transformación del lenguaje que han creado sus hijos aunque controlan las emisiones de televisión en sus hogares no controlan ni conocen las normas de seguridad y restricción del mundo online.

Además, los estudiantes han creado en sus padres la necesidad de incrementar el servicio de internet y los dispositivos tecnológicos, como implementos de comunicación y apoyo educativo al igual que la TV.

CONCLUSIONES

- El navegador de preferencia de los estudiantes es Google Chrome con 67.9% lo utilizan por sus características de rapidez, intuición, seguridad, diseño, etc. Las cuales determinan el desarrollo de la capacidad de interpretación de la diversidad de códigos de representación existentes. Su forma de búsqueda se basa en escribir todas las palabras de la consulta en un navegador, chequear los primeros resultados que ofrece y seleccionar el que creen más conveniente; lo que justifica, a 611 estudiantes son capaces de realizar una búsqueda aunque carezcan de una planificación previa.
- Los estudiantes son nativos digitales; por ende el 98.3% aprovechan las herramientas tecnológicas para comunicarse e informarse desarrollando su capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que persiguen. Lo que les permite tener una comunicación multimodal y multimedial sin capacidad de análisis crítico en la información, de producción de contenido. El manejo que realizan de la tecnología es mecánico.
- El 64.1% de los estudiantes han editado o manipulado algún programa del ordenador; tales como: imágenes, videos o audio, siendo un 51.6% con capacidad de elaborar y manipular video desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad. Sin embargo, no conocen ni manejan las innovaciones tecnológicas en un 85.3%, ignorando el papel que desempeñan la tecnología de la información y de la comunicación y sus posibles efectos.
- El 60.6% de los estudiantes no tienen capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje ya que no comprenden los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios de comunicación.
- El 83.1% de estudiantes no discierne mensajes significativos para construir una secuencia visual; por lo tanto, se ha impedido el desarrollo de su capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación; sin embargo, el 64.1% tiene capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.

- Los docentes con menos de 30 años de edad, que representan el 62% tienen alguna formación en comunicación audiovisual, por ello, se determina que hace falta capacitarlos para que a su vez puedan orientar a sus estudiantes. Además, los docentes no distinguen completamente los navegadores en un 52.7% su nivel de control de contenidos de las instituciones educativas es bajo 50.5% al igual que el uso de programas de edición básica online.
- El poco conocimiento y manejo de las innovaciones tecnológicas de los docentes, a pesar, de poseer los recursos básicos en las instituciones educativas son una barrera que se presenta ante sus estudiantes porque no los guían de manera adecuada para desarrollar su competencia mediática. Los docentes no utilizan programas de edición preestablecidos en el ordenador en un 59% y manejan perfectamente los conocimientos y funciones de los dispositivos como Tablet y el GPS para uso personal en un 91.4%.
- Los docentes tienen una interpretación de códigos (verbal, icónico, musical...) y registros (formal, informal, culto, coloquial...) escasos en un 74.2% aunque se preocupan por la educación y comprensión de sus estudiantes en cuanto al uso conveniente de los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...).
- El 73.7% de los docentes manifiestan que las instituciones en las que laboran poseen los recursos básicos y 116 de ellos, los utilizan para la enseñanza como recurso educativo. Así mismo los padres de familia manifiestan no poder evitar el bombardeo informático y sus tendencias por lo cual; sus hijos se exponen a los peligros del mundo online y se comunican con lenguaje fragmentado (palabras entrecortadas) en él.

RECOMENDACIONES

- En los algunos de los colegios en los que se aplicó la encuesta faltaban los recursos básicos para realizar el estudio; por lo que se sugiere que los implementen.
- El cuestionario aplicado a estudiantes como a docentes permitió la recolección de los datos de una manera eficiente, por lo que se recomienda darle continuidad a las herramientas de investigación utilizadas.
- Se recomienda agregar en el cuestionario de estudiantes la opción de curso actual en el que están los estudiantes para contrastar con docentes; así mismo, reducir el número de preguntas del cuestionario de estudiantes enfocando los temas principales y corregir posibles errores técnicos en la plataforma de análisis para no tener problemas de recolección de datos.
- Como nativos digitales los estudiantes deberían recibir educación en competencias mediáticas dentro de su malla curricular. Además, en los que se les capacite para el adecuado y seguro manejo de las innovaciones educativas.
- Las instituciones educativas deben implementar capacitaciones para sus docentes en cuanto al uso y manejo de las herramientas tecnológicas como instrumento educativo.
- Para futuras investigaciones seleccionar una muestra de colegios públicos, privados y fiscomisionales unánime acompañada de la respectiva autorización del ministerio de educación, para que las instituciones realicen la encuesta en su totalidad.
- La continuidad de esta investigación a nivel de Ecuador para que sirva de referente para el desarrollo educativo.

BIBLIOGRAFÍA

Aguaded, J., y Pérez, M. (2012). "Estrategias para la alfabetización mediática: Competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. New approaches in educational research. España: Universidad de Huelva

Barbero, M. (2006). "La razón técnica desafía a la razón escolar" Buenos Aires: Noveduc

Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. México D.F.: Ediciones Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S. A.

Boyd, D., Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*.

Carneiro, R., Toscano, J., y Díaz, T, (1era Ed.) (2009). Los desafíos de las TIC para el cambio educativo. Madrid.

Castells, M. (2001). La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Madrid: Plaza y Janés.

Cebrián, M., y Gallegos, M. (1era Ed.) (2011). Procesos educativos con TIC en la sociedad del conocimiento. Madrid: Ediciones Pirámide.

García, R., Sandoval, J., y Ahumada, C. (2013) *La educación mediática en la formación profesional. Propuesta de inclusión*. Edmetec, Revista de Educación Mediática y TIC; páginas: 39-58

Gozálvez, V. (2012). *Ciudadanía mediática. Una mirada educativa*. Madrid: Edi. Dykinson

Gutiérrez, M. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que botones y teclas*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Lázaro, M. (2007). Análisis del pensamiento de los y las estudiantes de Magisterio de la Universidad de Almería en torno a las tecnologías de la información y comunicación. Edi. Universidad de Almería

Ministerio de Educación del Ecuador (2011). Introducción a las Tecnologías de La Comunicación –n Continua del Magisterio Fiscal. Ecuador

Ortoll, E., et al. (2007). Alfabetización digital en los procesos de inclusión social. Barcelona: Edi. UOC

Pérez, J., et al. (2012). Alfabetización mediática y nuevo humanismo. Barcelona: Edi. UOC

Rodríguez, I. (2012). La población infantil ante las nuevas tecnologías de la información. Una aproximación a la realidad de los nativos digitales andaluces. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía.

Ruiz, N., et al. (2011). Alfabetización mediática y competencias básicas. Proyecto Mediascopio *Prensa*. Ministerio de Educación.

Zettl, H. (10ma Ed.) (2009). *Manual de producción de televisión*. México.

DOCUMENTOS EXTRAIDOS DE LA WEB

Aguilar, C. (2009). Radio En Internet. Sistematización De Una Experiencia Comunicativa. Bogotá, D.C. Extraído el 5 agosto del 2014, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis188.pdf>

Blog de Formación continua BC. Habilidades Digitales para Todos. Extraído el 12 agosto del 2014, de <http://blogfcbc.files.wordpress.com/2011/06/tema5.pdf>

Cabero, J. (1998). La piedra angular para la incorporación de los medios audiovisuales, informáticos y nuevas tecnologías en los contextos educativos: La formación y el perfeccionamiento del profesorado. EDUTEC. Extraído el 07 de mayo del 2014 de: <http://www.uib.es/depart/gte/edutec-e/revelec8.html>

Cassany, D. y Ayala, G. (2009). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. Barcelona. Extraído el 1 agosto del 2014 de: <http://www.mecd.gob.es/revista-cee/pdf/n9-ayala-gilmar.pdf>

Catts, R. y Lau J. (2009). Hacia unos Indicadores de Alfabetización Informacional. España: Ministerio de Cultura. Extraído el 14 de julio del 2014 de: <http://travesia.mcu.es/portaln/jspui/bitstream/10421/3141/1/IndicadoresUNESCOesp4.pdf>

Comisión Europea. (2008). Alfabetización mediática en el entorno digital. Extraído de: http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/l24112_es.htm

Educar para proteger. (1era Ed.) (2009). "Consejería de Innovación, Ciencia y empresa, "Guía de formación Tic para padres y madres de adolescentes". Andalucía. Extraído en: <http://www.kiddia.org/files/EducarParaProteger12a17.pdf>

Ferrés, J., Aguaded, I. y García, A. (2012). La Aventura del Saber [Vídeo]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=7iJqBvhjQW0&list=UUE-vSGpNp2JLApobWn0sVYQ&index=11>

Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. Comunicar (online). nº 38, Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10>

García, F. et al. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. Universidad de País Vasco. Extraído el 1 agosto del 2014, de: <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>

García, S. (2010). Manual para radialistas analfatécnicos "Las Tics en la radio". Quito. Extraído el 6 agosto del 2014, de <http://www.analfatecnicos.net/pregunta.php?id=87>

Gutierrez, I., et al. (2013). La competencia mediática en niños y jóvenes: La visión de España y Ecuador. Extraído el 1 agosto del 2014: <http://www.revistachasqui.com/index.php/chasqui/article/view/79/60>

Ley de Comunicación Ecuatoriana. (2013). Extraído el 1 agosto del 2014, de <http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Ley-Org%C3%A1nica-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Marqués, P. (2000). La cultura tecnológica en la sociedad de la información. Entornos educativos. Extraído el 05 de mayo del 2014 de: http://dewey.uab.es/pmarques/evte2/varios/link_externo_marco.htm?http://dewey.uab.es/pmarques/si.htm

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2013). ¿Qué es la Alfabetización Mediática. Extraído de: <https://www.educacion.gob.es/mediascopio/IrASubSeccionFront.do?id=18>

Ministerio de Educación del Ecuador. (2011). Estándares de desempeño profesional docente propuesta para la discusión ciudadana. Extraído el 19 julio del 2014 de: <http://educacion.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/08/Estandares_Desempeno_Docente_Propedeutico.pdf

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Mintel. (2014). Mes de las Telecomunicaciones De la Evolución a la Revolución. Tecnologías de la Información y Comunicación. Ecuador. Extraído el 07 de septiembre del 2014 <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/mes-telecomunicaciones-2014.pdf>

Montero, L. (2003). ¿Qué desarrollo profesional es clave para el rendimiento de cuentas? Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado, Extraído el 07 de mayo del 2014 de: <http://www.ugr.es/~recfpro/rev71ART3.pdf>

Ortega, I. (2013). La alfabetización tecnológica. Teoría de la Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. Extraído el 22 de agosto del 2014 de: http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_10_02/n10_02_ortega_sanchez.pdf#page=1&zoom=auto,-12,848

Peña, A. (2014). Importancia del desarrollo de las Habilidades Digitales para Todos en la era de la Información. Extraído el 12 agosto del 2014 de: <http://anellyedu.blogspot.com/2012/07/importancia-del-desarrollo-de-las.html>

Rodríguez, C, Aquilina, M. (2011). La alfabetización audiovisual crítica en la sociedad de la información. Una experiencia de formación continua. Extraído el 30 de agosto del 2014 de: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p39/08.pdf>

ROBLES, J. (2008). Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano. Barcelona: UOC. Extraído de: <http://es> Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.

Segura, M., Candiotti, C. y Medina, C. (2007), Las TIC en la educación: panorama internacional y situación española, Documento básico de la XXII Semana Monográfica de la Educación., Madrid: Fundación Santillana. Extraído el 28 de abril del 2014 de: <http://www.oei.es/tic/xxiisantillana.htm>

Suing, A. (2012). El Consejo de Regulación y Comunicación. Análisis comparativo con referentes externos. Extraído el 14 de julio del 2014 de: <http://dspace.ciespal.net:8080/bitstream/123456789/311/2/CIESPAL%20Chasqui%20El%20Consejo%20de%20Regulaci%C3%B3n%20y%20Desarrollo%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Suing, A., Mier, C., y Ordóñez, K (2014): "Interactividad, dividiendo digital e información en la implementación de la TDT, estudio de Ecuador". *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 508 a 532.
http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1022_UTPL/25es.html
DOI: 10.4185/RLCS-2014-1022

ANEXOS

Criterios de valoración/ Cuestionario sobre competencia mediática de alumnos.

UTPL

	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						
Pregunta 23.1						
Pregunta 24						
Pregunta 25						
Pregunta 26						
Pregunta 27						
Pregunta 27.1						
Pregunta 28						
Pregunta 28.1						
Pregunta 29						
Pregunta 29.1						
Pregunta 29.2						
Pregunta 29.3						
Pregunta 30						
Pregunta 31						
Pregunta 31.1						

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

Combinaciones:

Las combinaciones específicas son las preguntas de los conceptos (preguntas 14 y 17) 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 2 puntos) = 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

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	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

	buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.			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.
8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?	Ideología y valores – análisis Habilidad para buscar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.	Respuestas 5 y 6 = 2 puntos Respuestas 2 y 4 = 1 punto Respuestas 1,3 y 7 = 0 puntos	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.	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
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.	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.	Respuestas 5 y 3 =2 puntos Respuestas 1= 1 punto Respuestas 4 y 2 =0 puntos	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.	1. Wikipedia 2. Monografías.com 3. Diccionario Bibliográfico 4. Rincón del Vago 5. Ecuador Literatura Orden Correcto 3, 5, 1, 2, 4
9.1 ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?	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.	Respuestas 2 y 4 = 2puntos Respuesta 3,5 y 6 = 1punto Respuesta 1= 0 puntos	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	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

			sabe cómo evaluar la calidad de la información en sus búsquedas en Internet.	información. 5. El título corresponde exactamente con lo que estaba buscando. 6. La información de la página proviene de una fuente confiable.
10. Señala si conoces cómo:	Tecnología : Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi- modal y multimedial, y se desenvuelva eficazmente en entornos mediáticos.	Si la respuesta es SI: 2 Si la respuesta es NO: 0	2. El alumno conoce como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas. 1. El alumno conoce medianamente como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas. 0. El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.	Respuestas Correctas = Sí De 4 a 5= 2 De 3 a 2= 1 De 1 a 0=0
11. Señala si has realizado alguna de estas actividades	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	Respuesta 1= 1 punto Respuesta 2= 2 puntos Respuesta 3= 0 puntos.	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.	1. Alguna Vez 2. Con frecuencia 0. Nunca Respuestas correctas= Con Frecuencia De 4 a 5= 2 De 3 a 2= 1 De 1 a 0=0
12. ¿Qué red social utilizas más?	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	Dependiendo de el número de opciones que escoja. Se necesita los datos las 3 Redes sociales que más se utiliza	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.	Combinaciones 3= 2 2=1 1=0

	plata- formas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturalales.			
12.1 Utilizas las redes sociales para:	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 multiculturalales.	Opción 1 y 2 = 2 Opción 3 = 1 Opción 4 = 0	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.	Respuestas correctas: 1.Estar en contacto con amigos, chatea y compartir contenido
13. ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONGs, debatiendo sobre tomas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de éstas?	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 Ideología y valores - expresión Capacidad de aprovechar las herramientas del	Respuesta 1= 2 Respuesta 2 y 3= 0	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.	1. Sí 2.No 3. Nos/Noc

	nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad			
13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?	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 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.	Respuestas 2, 4 =2 Respuestas 1, 3 = 1 Respuesta 5= 0	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.	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:
14. Lea atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.	Tecnología-análisis Identificar los conocimientos que tienen sobre diferentes tecnologías.	8-6 relaciones correctas = 2 puntos 5-3 relaciones correctas = 1 punto 2-0 relaciones correctas = 0 puntos	2: Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas 1: Conoce suficientemente 0: no conoce las diferentes herramientas tecnológicas.	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 vídeos. = 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 6. Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.= Tableta Gráfica 7. Programa gratuito basado en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo. = Google Docs 8. Programa de música que da acceso a millones de canciones. = Itunes
15. ¿Comprendes la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentras en los medios?	Lenguaje-análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.	No= 0 puntos En algunos casos=1 puntos Sí = 2 puntos	2: Comprende bien los códigos 1: Comprende mínimamente los códigos 0: No comprende los diversos códigos	
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.	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.	Respuestas 1, 3 y 4 =2 puntos Respuestas 2 = 1 punto Respuesta 5= 0 puntos	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.	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.
17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las	Procesos de producción y difusión Conocimiento del	8-6 relaciones correctas = 2 puntos 5-3 relaciones	2. El alumno conoce bien las profesiones expuestas	1. Es el encargado de recolectar información sobre temas de moda o tendencias,

<p>definiciones</p>	<p>papel de los profesionales de la producción mediática.</p>	<p>correctas = 1 punto 2-0 relaciones correctas = 0 puntos</p>	<p>1. El alumno conoce suficientemente 0. El alumno no conoce las distintas profesiones.</p>	<p>principalmente a través de 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. =Desarrollador 6. Monta las imágenes para que tengan sentido completo.= Editor 7. Es el responsable del mantenimiento o programación de un sitio web.= Web Master 8. Distribuye los objetos en el decorado de una producción audiovisual. = Esenógrafo</p>
<p>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?</p>	<p>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.</p>	<p>Respuesta 1 = 2 puntos Respuesta 2 = 0 puntos Respuesta 3 = 1 puntos</p>	<p>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.</p>	<p>1. Sí 2. No 3. Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme</p>
<p>19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de ...</p>	<p>Ideología y valores - análisis Conocer la capacidad crítica de los alumnos en relación a los medios. Y además completa a la</p>	<p>Respuesta 5,6,8 = 2 puntos. Respuesta 1,2 ,7 = 1 punto. Respuesta 3, 4= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno tiene capacidad crítica en la recepción de los medios. 1. El alumno es crítico sólo ante determinados medios o en situaciones</p>	<p>1. Programas concretos de la televisión privada. 2. Programas concretos de la televisión pública. 3. La programación completa de cadenas privadas. 4. La programación</p>

	respuesta anterior en el conocimiento sobre la responsabilidad social de éstos.		concretas. 0. El alumno no posee actitud crítica frente a la recepción mediática.	completa de cadenas públicas. 5. La privacidad en las redes sociales. 6. La vulnerabilidad de los datos en Internet. 7. Algunas cadenas de radio. 8. El acceso a páginas con limitación de edad. 9. Otro
20. ¿Decides por ti mismo qué ves?	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.	Respuestas 1 y 3 = 2 puntos Respuesta 2, 5 = 1 punto Respuesta 4 = 0 puntos	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.	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
21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?	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.	Respuestas 1,4 =2puntos Respuestas 3, 6 y = 1 puntos Respuestas 2,5, 7 y 8 = 0 puntos	2. Actúa con capacidad crítica y adecuada escala de valores. 1. Tiene una noción básica para detectar las intenciones o intereses ante las producciones cinematográficas. 0. Actúa sin capacidad crítica ante las producciones cinematográficas.	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:
22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.	Estética – análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.	Seis respuestas = 2 puntos. Cuatro respuestas= 1 Ninguna respuesta = 0 puntos.	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.	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. 9. El fondo tiene varios objetos.

			0. El alumno no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad.	
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	2. 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 visual.	Secuencia: 1, 5, 4, 2, 7 = 2 punto Otro orden = 0 puntos	2. El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente. 0. El alumno no discierne mensajes significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados.	
25. Quieres	Producción y	Combinaciones	2. El alumno	

<p>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.</p>	<p>difusión-expresión Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal</p>	<p>4 coincidencias = 2 puntos 3 coincidencias = 1 punto Menos de 3 = 0 puntos</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>26 ¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?</p>	<p>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.</p>	<p>Respuesta 1= 2 puntos. Respuesta 2 y 3= 0 puntos</p>	<p>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.</p>	<p>1. Sí 2. No 3. No sé lo que significa</p>
<p>27. nombre y describe un anuncio que recuerdes.</p>	<p>Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.</p>			
<p>27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?</p>	<p>Ideología y valores – análisis Capacidad de descubrir la manera como las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.</p>	<p>Respuestas 3, 6: 2 puntos Respuestas 1, 5: 1 punto Respuestas 2 , 4 = 0 puntos</p>	<p>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</p>	<p>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. 7. Otro:</p>
<p>28. ¿Cuál de las siguientes páginas</p>	<p>En esta pregunta , los dos</p>			<p>Imagen Correcta</p>

<p>que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?</p>	<p>anuncios tiene elementos estéticamente remarcables. Es necesaria para la respuesta siguiente.</p>			<p>Imagen B</p>
<p>28.1 ¿ Por qué has escogido esa página?</p>	<p>Estética-análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p>	<p>Respuestas 2, 3 y 5=2 puntos Respuestas 1,4 y 6= 1 punto Respuestas 7 =0 puntos</p>	<p>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.</p>	<p>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:</p>
<p>29. Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite.</p>	<p>Recepción e interacción – análisis 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. Ideología y valores - análisis Capacidad de detectar las intenciones o intereses que</p>	<p>Respuestas 2 o 3 = 2 puntos Respuestas 1 o 4 = 0 puntos</p>	<p>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 transmite la publicidad.</p>	<p>1.La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas. 2. Sensación de poder. 3. Con la PlayStation puedo hacer cualquier cosa. 4. No transmite nada</p>

	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.			
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= 0 puntos Respuesta 3= 2 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	Respuestas 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, entre emotividad y racionalidad.	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 recurre principalmente a las emociones. 0. El alumno no es capaz de reconocer la utilización que hace el anuncio de las emociones.	1. Por los argumentos 2. Por las emociones 3. Por los argumentos y las emociones 4. No les influye 5. No sé

<p>30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.</p>	<p>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</p>	<p>Respuesta 1 = 2 puntos Respuesta 2 y 3 = 0 puntos</p>	<p>2. 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.</p>	<p>1. De acuerdo 2. En desacuerdo 3. No sé</p>
<p>31. Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente.</p>	<p>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.</p>	<p>Respuesta 1 = 2 puntos Respuesta 2 y 3= 0 puntos</p>	<p>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.</p>	<p>1. Sí 2. No 3. No sé</p>
<p>31.1 ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?</p>	<p>Recepción 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>Respuesta 1= 2 puntos Respuesta 2= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno conoce y participa activamente con las instituciones responsables. 0. El alumno no conoce ni participa con las instituciones responsables.</p>	<p>1. Sí 2. No</p>

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

TABLA DE JUSTIFICACIÓN, PUNTUACIÓN Y NIVEL DE DOMINIO

2. Análisis de valoración a las 44 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.
10. ¿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
11. 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.
13. ¿Posee un smart phone?	Tecnología – análisis		

	Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.		
14. ¿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 con mis alumnos son:	Tecnología – análisis Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedia.	Opciones: a,b,c,y d : 1 punto Opciones: f,g,h,i,j: 2 puntos	1. El docente utiliza las herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza. 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.
17. 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.
19. 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.
20. ¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?	Lenguaje – análisis Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 pts	0. El profesor no posee la capacidad para transmitir a través de los medios según el contexto. 1. No cuenta con la capacidad suficiente. 2. Sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.
21. Se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo.	Lenguaje – análisis Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.	Respuestas 1 : 0 puntos Respuestas 2: 1 punto Respuestas 3: 2 puntos	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.
22. En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal.	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.	Rta 1= 2 Rta 2 y 3= 0 pto	0. Desconoce si existe un sistema de regulación. 2. Conoce la existencia del sistema de regulación.
23. 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?	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.	Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto	0. Desconoce el tema 2. Conoce las normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos.
24. ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?	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.	Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto	0. Desconoce el tema 2. Conoce los derechos que tiene al ser agredido por un medio de comunicación.
25. 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?	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.	Rta 1= 2 pto Rta 2 y 3= 0 pto	0. Desconoce el tema. 2. Conoce la existencia del organismo de regulación.
26. ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?	Producción y difusión-análisis Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.	Rta 1= 2 pto Rta 2 = 0 pto	0. Desconoce cómo manejar la privacidad de las redes sociales. 2. Maneja con responsabilidad los permisos de las redes sociales.

<p>27. ¿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>28. 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 responsable ante ellos.</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>
<p>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?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta a = 2 pto Rta b y c = 0 pto</p>	<p>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.</p>
<p>30. Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.</p>	<p>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.</p>	<p>Respuestas 1= 0 puntos Respuesta 2 = 1 punto Respuestas 3= 2 puntos</p>	<p>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.</p>
<p>31. Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede (puede marcar más de una casilla).</p>	<p>Ideología y valores – análisis Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.</p>	<p>Respuesta 1 = 0 punto Respuesta 2 = 1 punto. Respuesta 3 = 2 punto</p>	<p>0. El docente no contrasta fuentes y se conforma con la primera fuente que está a su alcance. 1. El docente selecciona sus fuentes de una forma subjetiva. 2. El docente contrasta fuentes para realizar sus investigaciones.</p>
<p>32. ¿Es posible tener una</p>	<p>Ideología y valores-</p>		

<p>relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y transformación social?</p>	<p>análisis Detectar la 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 y para abrirnos a otras experiencias.</p>	<p>Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 ptos</p>	<p>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 posibilidades que ofrecen los medios.</p>
<p>33. ¿Una webquest es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta 1 = 2 pto Rta 2 y 3 = 0 pto</p>	<p>0. No conoce ni utiliza la herramienta. 2. Utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.</p>
<p>34. Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...</p>	<p>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.</p>	<p>Rta a= 0 pto Rta b= 1 pto Rta c= 2 ptos</p>	<p>0. Utiliza las nuevas tecnologías para diversión. 1. Transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno social. 2. Desarrollo educativo.</p>
<p>35. Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 ptos</p>	<p>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.</p>
<p>36. En los medios, ¿Se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?</p>	<p>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 causas y consecuencias.</p>	<p>Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 ptos</p>	<p>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.</p>

<p>37. La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 pto</p>	<p>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.</p>
<p>38. ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 pto</p>	<p>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.</p>
<p>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...)?</p>	<p>Estética-análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p>	<p>Rta a = 2 pto Rta b = 0 pto</p>	<p>0. No reconoce ni se interesa en el aspecto estético del contenido mediático. 2. Conoce características estéticas del contenido mediático.</p>
<p>40. ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)?</p>	<p>Estética-análisis Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.</p>	<p>Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 pto</p>	<p>0. No reconoce 1. Distingue ciertas tendencias cinematográficas. 2. Tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos.</p>
<p>41. ¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?</p>	<p>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.</p>	<p>Rta 1 = 2 pto Rta 2 y 3 = 0 pto</p>	<p>0. No conoce como participar solidariamente a través de Internet. 2. Utiliza la herramienta internet para generar acción social.</p>
<p>42. ¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?</p>	<p>Recepción e interacción– Análisis. Saber su tienen la capacidad de interaccionar con personas diversas en entornos cada vez más</p>	<p>Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 pto</p>	<p>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</p>

	plurales y multiculturales.		educativo. 2. Incorpora en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas.
43. 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 ptos. 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.
44. ¿Le gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?	Recepción e interacción- análisis. Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.	Rta a = 2 pto Rta b = 0ptos	0. No le interesa conocer sobre competencias mediáticas para aplicarlo en su vida de docente. 2. Le interesa aprender sobre competencia mediática para aplicarlo en la docencia.

Carta Padres de familia

Señor

Padre de Familia

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo. El presente tiene como objetivo comunicar a usted que estamos trabajando en el proyecto “La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales: los profesionales de la comunicación, la universidad y la educación obligatoria”.

El consumo de medios de comunicación en la sociedad actual es un hecho innegable. Las horas frente a las pantallas de todos los sectores sociales copan gran parte del tiempo de ocio de los ciudadanos de cualquier rincón del mundo. La comunicación audiovisual adquiere una especial trascendencia en el contexto de sociedad digital (sociedad-Red) en la que nos movemos, donde las tecnologías de la información y la comunicación impregnan todos los ámbitos de la esfera cotidiana. Sin embargo, ante esta presencia masiva de los medios, los ciudadanos han contado con pocas experiencias formativas de desarrollo de sus competencias mediáticas audiovisuales. Este estudio pretende, a partir de trabajos anteriores desarrollados por los investigadores de este Proyecto Coordinado, perfilar una conceptualización actual del término de «competencia audiovisual» en el entorno digital y proyectarlo en un ámbito especial de intervención como es el sistema educativo no universitario, para detectar, de una forma sistémica y rigurosa, carencias y necesidades, planificar estrategias globales para la Administración y establecer programas formativos para los diferentes sectores implicados: alumnos, profesores y padres.

Los equipos que conforman el proyecto, abarcan 19 universidades correspondientes (entre ellas Huelva, Sevilla, Cádiz, Córdoba, Málaga, Murcia, Granada, La Rioja o Santander) a 12 Comunidades Autónomas de España (Andalucía, Cataluña, Castilla-León, Murcia, Canarias, Asturias, La Rioja, Cantabria, Galicia, Madrid, Valencia, Aragón y Navarra) y en Ecuador están involucradas cinco Universidades: Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Central, Universidad de Cuenca, Universidad del Azuay y Universidad de Especialidades Espiritu Santo.

Con el apoyo del colegio en el que se educa su hijo/a hemos aplicado los instrumentos de esta investigación a los estudiantes y a los profesores cumpliendo con los objetivos de este estudio.

En este sentido, queremos solicitarle nos acompañe el día viernes 6 de junio del presente a las 17H00 en el edificio de la Modalidad Abierta de la Universidad Técnica Particular de Loja con la finalidad de realizarle algunas preguntas en función de lo expuesto en esta carta. Su presencia como padre de familia, nos permitirá obtener los mejores resultados de esta investigación y presentar las mejores alternativas para la construcción de una sociedad mejor.

Esperando recibir una respuesta favorable de su parte, hacemos extensivo nuestro agradecimiento.

Atentamente,

Diana Rivera
DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Banco Fotográfico de la aplicación de encuestas de la muestra seleccionada: estudiantes, docentes y padres de familia.

Colegio fiscal mixto “Hernán Gallardo Moscoso”



Colegio Particulas Mixto “Juan Montalvo”



Colegio José María Vivar Castro



Focus Group de Padres de Familia

