



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

“Estudio de competencias mediáticas y audiovisuales, diagnóstico de necesidades de tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”.

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTORAS: Rosillo Ruiz, Inés Daniela
Salinas Sinchire, Karla Paulina

DIRECTORA: Velásquez Benavides, Andrea Victoria, Mgs.

LOJA – ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Magister.

Andrea Victoria Velásquez Benavides.

DOCENTE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Estudio de competencias mediáticas y audiovisuales, diagnóstico de necesidades de tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”. Realizado por: Salinas Sinchire, Karla Paulina y Rosillo Ruiz, Inés Daniela, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por ello se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2015

F).....

Mgs. Andrea Victoria Velásquez Benavides

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Rosillo Ruiz Inés Daniela y Salinas Sinchire Karla Paulina, declaramos ser autoras del presente trabajo de fin de titulación denominado: “Estudio de competencias mediáticas y audiovisuales, diagnóstico de necesidades de tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”, de la Titulación de Comunicación Social, siendo la Mgs. Andrea Victoria Velásquez Benavides directora del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

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

f.....

Karla Paulina Salinas Sinchire

1105033060

f.....

Inés Daniela Rosillo Ruiz

1104614308

DEDICATORIA

Dedicado a quienes hicieron posible que este sueño se cumpla, a las personas más importantes de mi vida mis padres y hermanos, a mis amigos, a mi amado esposo y preciosa hija, pero de entre todos a Dios el dueño de todo que hace y permite que estos acontecimientos sucedan en mi vida.

Karla

Este trabajo lo quiero dedicar, primero a Dios que ha guiado mi vida y ha bendecido mi camino siempre, a mis queridos padres que han sido mi apoyo incondicional, los amo, a mis hermanos que con sus ánimos me han ayudado a seguir, a mis amigos y amigas que de uno u otra manera me han ayudado en este proyecto y a todos aquellos que han hecho posible esto. Muchas Gracias.

Inés

AGRADECIMIENTO

A Dios padre creador de todo, por permitirnos llegar hasta aquí a través de su gracia divina, sin sus bendiciones, no lo hubiésemos logrado.

A nuestros padres pues ellos han sido siempre el motor de impulso para crecer en el mundo del aprendizaje, fomentando en nosotras la fe y la esperanza de consolidarnos como profesionales de éxito.

A nuestra directora de tesis Mgs. Andrea Velásquez un agradecimiento singular por apoyarnos con sus conocimientos guiándonos en la dirección correcta su experiencia y entrega en la enseñanza nos ayudó a finalizar este trabajo con excelencia.

A nuestros amigos y amigas por compartir junto a nosotras los buenos y malos momentos de este proceso de aprendizaje.

“Estamos seguras de que las metas planteadas de hoy en adelante darán grandes frutos, por la dicha de haber contado con grandes personas como ustedes, este trabajo sin duda es mérito de sus palabras de aliento y las fuerzas que nos brindaron cada día”.

Las autoras.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
Índice de cuadros	vii
Índice de imágenes	vii
Índice de gráficos	viii
Índice de tablas	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO	5
CONCEPTOS.....	5
1. Competencias mediáticas	6
1.1. Alfabetización digital.....	7
1.1.1. Antecedentes de la alfabetización digital.....	9
1.2. Alfabetización mediática e informacional (AMI)	11
1.3. Nativo digital.....	12
1.4. Inmigrantes digitales	13
1.5. Interacción de las TIC`s en la enseñanza.....	14
1.5.1. Web 2.0.....	15
1.5.2. Educación y web 2.0	16
1.5.3. Internet	17
1.5.4. Internet en el aula.....	18
1.5.5. Buscadores.....	19
1.5.6. Teléfonos inteligentes.....	19
1.6. Blogs.....	23
CAPITULO II	25
COMPETENCIA MEDIÁTICA	25
2. Educación mediática en los medios de comunicación	26
2.1. Historia de las competencias mediáticas.....	27
2.2. Incorporación de América Latina y Ecuador en la sociedad de la información.....	28
2.3. Sociedad de la información en el siglo XXI y la cultura.....	29
2.4. Educación mediática alumnos	30
2.5. Educación mediática docentes	31
2.6. Educación mediática padres	33
2.7. Dimensiones de la competencia mediática	35
3. METODOLOGÍA.....	42
3.1. Métodos Utilizados	43
3.1.1. Recopilación de información bibliográfica	43
3.1.2. Investigación de Campo.....	43
3.2. Diario de campo	44
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
4.1. Resultados estudiantes	50
4.1.1. Datos sociodemográficos.....	50

4.1.2. Producción y difusión – estudiantes.....	54
4.1.3. Ideología y valores	57
4.1.4. Estética.....	69
4.2. Resultados docentes.....	73
4.2.1. Datos sociodemográficos.....	73
4.2.2. Producción y difusión	78
4.2.3. Ideología y valores	86
4.2.4. Estética.....	95
5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	97
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS	106
5.1. Formato de encuestas para docentes	106
5.2. Formato de encuestas alumnos	115
5.3. Tabla de justificación, puntuación y nivel de dominio de las distintas preguntas del cuestionario	130
5.4. Tabla de justificación - docentes	155
5.5. Tablas de frecuencia de las preguntas de los gráficos estadísticos de alumnos	171
5.6. Tablas de frecuencia de las preguntas de los gráficos estadísticos de docentes	184
5.7. Resultados padres de familia	189
5.7.1. Análisis grupo focal padres de familia – Zamora	189
5.7.2. Grupo focal - preguntas y respuestas.....	190
5.8. Proyecto de investigación.....	195
5.9. Fotografías de los colegios encuestados.....	218
5.10. Oficios entregados	224

Índice de cuadros

Cuadro 1. Alfabetización digital.....	9
Cuadro 2. Web 2.0.....	16
Cuadro 3. Producción y difusión	39
Cuadro 4. Ideología y valores	40
Cuadro 5. Estética	41
Cuadro 6. Diario de campo	48

Índice de imágenes

Ilustración 1. Alfabetización mediática	12
Ilustración 2. Smartphone Ecuador	21
Ilustración 3. Blog	24
Ilustración 4. Usuarios de Internet Ecuador	29
Ilustración 5. Capacidades de los alumnos.....	31
Ilustración 6. Competencias docentes	32

Ilustración 7. Modelos educativos	33
Ilustración 8. Mediación parental	35

Índice de gráficos

Gráfico 1. Edad.....	50
Gráfico 2. Sexo	51
Gráfico 3. Formación en comunicación audiovisual	52
Gráfico 4. Como la has adquirido.....	53
<i>Gráfico 5. Comunicación audiovisual</i>	54
<i>Gráfico 6. Orden de imágenes</i>	55
<i>Gráfico 7. Secuencia de imágenes</i>	56
<i>Gráfico 8. Palabras de búsqueda</i>	57
<i>Gráfico 9. Orden de importancia de páginas</i>	59
<i>Gráfico 10. Razón de decisión</i>	60
<i>Gráfico 11. Participación en temas sociales</i>	61
<i>Gráfico 12. Participación social</i>	62
<i>Gráfico 13. Motivos de queja social</i>	63
<i>Gráfico 14. Razón para ver un programa</i>	64
<i>Gráfico 15. Creative Commons</i>	65
<i>Gráfico 16. Motivo de selección de publicidad</i>	66
<i>Gráfico 17. Anuncios publicitarios y mensajes que transmiten</i>	67
<i>Gráfico 18. Anuncios y emociones</i>	68
<i>Gráfico 19. Significado de lenguajes</i>	69
<i>Gráfico 20. Conocimiento estético</i>	70
<i>Gráfico 21. Anuncio de bebidas</i>	71
<i>Gráfico 22. Motivo de selección de bebidas</i>	72
<i>Gráfico 23. Edad</i>	73
<i>Gráfico 24. Sexo</i>	74
<i>Gráfico 25. Años de experiencia en la docencia</i>	75
<i>Gráfico 26. Docencia por años</i>	76
<i>Gráfico 27. Grado de formación audiovisual</i>	77
<i>Gráfico 28. Consejo audiovisual de ámbito estatal</i>	78
<i>Gráfico 29. Códigos deontológicos</i>	79
<i>Gráfico 30. Denuncia por contenido ofensivo</i>	80
<i>Gráfico 31. Protección a niños</i>	81
<i>Gráfico 32. Privacidad en redes sociales</i>	82

<i>Gráfico 33. Creative Commons</i>	83
<i>Gráfico 34. Seguridad de datos en la red</i>	84
<i>Gráfico 35. Participación en proyectos</i>	85
<i>Gráfico 36. Tendencias sociopolíticas</i>	86
<i>Gráfico 37. Obtención de información</i>	87
<i>Gráfico 38. Autonomía personal</i>	88
<i>Gráfico 39. Webquest</i>	89
<i>Gráfico 40. Medios y tecnologías</i>	90
<i>Gráfico 41. Fiabilidad de los medios digitales</i>	91
<i>Gráfico 42. Estereotipos en los medios</i>	92
<i>Gráfico 43. Identificación de los personajes con los medios</i>	93
<i>Gráfico 44. Estereotipos en los medios</i>	94
<i>Gráfico 45. Exigencias estéticas</i>	95
<i>Gráfico 46. Tendencias estéticas</i>	96

Índice de tablas

Tabla 1 Edad	171
Tabla 2 Sexo	171
Tabla 3 Grado de formación audiovisual.....	171
Tabla 4 ¿Cómo la has adquirido?	172
Tabla 5. Definiciones	172
Tabla 6 Orden de imágenes.....	173
Tabla 7 Contar una historia con 7 imágenes.....	173
Tabla 8 Palabras de búsqueda	174
Tabla 9 Orden de importancia de buscadores	174
Tabla 10 Razones para usar ese navegador	175
Tabla 11 Participación en temas sociales	175
Tabla 12 Participación en medios	176
Tabla 13 Motivos de queja social	176
Tabla 14 Motivos de queja social, razones	177
Tabla 15 Qué te lleva a ver un programa	177
Tabla 16 Motivos por los que ve un programa	178
Tabla 17 Creative Commons	178
Tabla 18 Por qué eligió ese anuncio	179
Tabla 19 Por qué recuerdas este anuncio.....	179
Tabla 20 Que te transmite el anuncio	180
Tabla 21 Capacidad de penetración de medios	180

Tabla 22 Lenguaje audiovisual	181
Tabla 23 Presentación de fotografía	182
Tabla 24 Anuncio de bebidas.....	182
Tabla 25 Porqué escogió esta opción	183
Tabla 26 Motivo de selección.....	183
Tabla 27 Sexo.....	184
Tabla 28 Edad	184
Tabla 29 Años de docencia.....	184
Tabla 30 Años de educación básica	185
Tabla 31 Años de educación básica	185
Tabla 32 Consejo audiovisual	185
Tabla 33 Códigos deontológicos	186
Tabla 34 Denuncias por contenido inapropiado	186
Tabla 35 Protección a la infancia de contenidos en la TV	186
Tabla 36 Privacidad en redes sociales.....	187
Tabla 37 Creative Commons	187
Tabla 38 Facebook o twitter.....	187
Tabla 39 Presentación en proyectos.....	188

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo entiende la investigación del uso de las competencias mediáticas y audiovisuales en alumnos, docentes y padres de familia de la ciudad de Zamora, para la obtención de resultados se trabajó con cinco colegios públicos: “12 de Febrero”, “San Francisco”, “Amazonas”, “Luis Felipe Borja” y “Madre Bernarda”, la población total fue de 253 alumnos mismos que poseen edades de 14 a 18 años y se encuentran cursando su periodo educativo desde décimo año de educación básica hasta el tercer año de bachillerato, asimismo fueron involucrados 53 docentes de los mismos colegios además de la realización de un grupo focal en donde se contó con la participación de 12 padres de familia.

En el análisis de resultados se tomó en cuenta tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética.

Los resultados obtenidos en esta investigación servirán de apoyo para la creación de estrategias pedagógicas útiles y necesarias para la formación de criterio en la juventud, docentes y padres de familia, con el fin de generar una sociedad educada en el uso de las competencias audiovisuales.

Palabras clave: comunicación, educación, tecnología, información, docentes, estudiantes.

ABSTRACT

The present work understands research understanding and use of media and audiovisual skills in students, teachers and parents, for this research work was carried out with a sample of five schools in the city of Zamora: college "12 de Febrero", college San Francisco, School "Amazonas" educational Unit "Luis Felipe Borja" College "Mother Bernarda", with a total respondent of 253 students aged 14 to 17 years, which are enrolled among 10th year basic education to 3rd high school, as they were also involved 53 teachers and 12 focus group parents.

For this analysis we have only took three specific dimensions, as they were: production and dissemination, ideology and values, and aesthetics.

With the results is to determine how used are the media and audiovisual skills, and what would be the best teaching strategies to involve the use of audiovisual skills in teaching and learning in a more practical way which involved students display, teachers and parents.

Keywords: communication, education, technology, information, teachers, students.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la educación, tanto así que lo podemos considerar un gigante en crecimiento, pues a través de la venta de sus contenidos y marketing publicitario de objetos e ideologías ha logrado una transformación radical en la evolución de la sociedad; su impacto cada vez más grande se ha ido inyectando levemente en la parte más vulnerable del país, nuestros jóvenes, convirtiéndose de a poco en una droga que causa grandes adicciones y consecuencias irreversibles al no saber darle un uso adecuado, es por ello que la presente investigación nace con el objetivo de analizar de manera directa a tres grupos sociales como lo son: estudiantes, docentes y padres de familia, el estudio se basa en la identificación del comportamiento y desarrollo de la capacidad crítica que posee este grupo, frente a los diferentes contenidos de los medios de comunicación audiovisual.

Asimismo pensando en la influencia de los medios hemos considerado consultar en varios textos a investigadores especializados en competencias mediáticas y audiovisuales como García, Ahumada y Sandoval quienes opinan respecto de la educación diciendo:

“Los medios de comunicación influyen poderosamente en nuestra sociedad, lo que está siendo objeto de rigurosas investigaciones para tratar de mejorar la educación mediática de la ciudadanía, la cual se ha convertido en una herramienta clave para facilitar la incorporación de los ciudadanos, de forma activa y responsable, a la sociedad, haciendo uso de los medios de una manera inteligente, esto es, reconociendo la influencia que ejercen en sus percepciones y opciones personales; favoreciendo una actitud crítica, reflexiva y plural ante los medios”. (García Ruíz & Sandoval, 2013, p. 39)

Y por supuesto, como dicen los expertos, los medios de comunicación influyen poderosamente en la sociedad, pero su uso e influencia debe ser de una forma inteligente, activa y encaminada en una correcta dirección. En el desarrollo de los capítulos de esta tesis iremos recorriendo de manera breve cada uno de los temas de interés que involucran el estudio de las competencias mediáticas, así dentro del primer capítulo revisaremos los conceptos básicos de las competencias mediáticas y aprenderemos a utilizar algunos términos importantes tales como: ¿qué es un nativo digital?, ¿qué es un inmigrante digital?, ¿de qué trata la alfabetización mediática y la alfabetización digital?, ¿por qué es importante la interacción de las TICs en la enseñanza?, la aparición de la Web 2.0, el impacto del uso de Smart phones y el uso de los blogs.

Un paso más adelante en el capítulo dos profundizaremos el estudio de: la educación mediática, la alfabetización mediática en adolescentes, historia de las competencias mediáticas, la incorporación de América Latina y Ecuador en la sociedad de la información, la

sociedad de la información en el siglo XXI y la cultura y finalmente nos detendremos en el análisis de las dimensiones de la competencia mediática, revisaremos tres puntos específicos que serán: producción y difusión, ideología y valores, y estética.

Nuestro trabajo investigativo va direccionado a cumplir con los objetivos propuestos y la hipótesis planteada, para lo cual a lo largo de la investigación contrastaremos los objetivos, vinculando la teoría con la práctica y el acopio científico extraído de fuentes bibliográficas, cabe indicar que este proyecto quedará a consideración de la comunidad universitaria, esperando que sirva como fuente de consulta para los estudiantes y profesionales de Comunicación Social.

CAPÍTULO
CONCEPTOS

1. Competencias mediáticas.

El concepto de competencia mediática nace en pleno siglo XXI con la imparable evolución de la era tecnológica o informacional, misma que en la actualidad se ha vuelto imprescindible para la formación integral de las personas, pero sobre todo para la conformación de una ciudadanía crítica, democrática y con capacidad plena para generar nuevos contenidos frente a la realidad expuesta en los medios.

Fue la Organización de Naciones Unidas, para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la cual durante el Congreso Internacional de Educación en Medios realizado en el año 1982 en Alemania, a través de la Declaración de Grünwald, mencionó por primera vez los términos: “educación en medios”, “alfabetización informativa” y “alfabetización digital”, categorizándolos como una necesidad básica e imprescindible para la modificación de los sistemas educativos, con el fin de que los políticos reconozcan y promuevan una comprensión crítica frente a la información emitida por los medios de comunicación. (Grunwald, 1982, p.2)

Es así que en la búsqueda del significado de las competencias mediáticas nos encontramos con Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli quienes indican que “las competencia mediáticas nacen en el mundo empresarial y poco a poco se han venido integrando al mundo académico, logrando cambiar así varios de los paradigmas educativos” (p.75). De esta manera entendemos el concepto de competencia mediática como la combinación de conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para un determinado contexto, la competencia mediática tiene como objetivo principal lograr una autonomía personal y un desarrollo integral de cada ser humano. (Ferrés & Piscitelli, 2012, p.75)

Un individuo que pretenda integrarse a la sociedad debe estar formado en el uso de medios digitales, haber desarrollado capacidades y destrezas de lectura, escritura y creación de símbolos digitales utilizando los códigos de lenguaje que el mundo mediático usa. Pues así como cada acontecimiento sucedido en la historia ha generado evolución en la sociedad, hoy por hoy nos enfrentamos una evolución acelerada en donde los primeros serán siempre los más informados y con capacidades de criterio absoluto, recordemos que:

“La escuela y la familia comparten la responsabilidad de preparar a los jóvenes para vivir en un mundo dominado por las imágenes, las palabras y los sonidos. Niños y adultos deben poder descifrar la totalidad de estos tres sistemas simbólicos, lo cual entraña un reajuste de las prioridades educativas, que puede favorecer, a su vez, un enfoque integrado de la enseñanza del lenguaje y de la comunicación”. (Grunwald, 1982, p.1)

1.1. Alfabetización digital.

La imparable penetración de las TIC's en la sociedad, exigen con urgencia la creación de nuevos modelos educativos, con características óptimas y ricas en contenidos multifuncionales, capaces de romper con el viejo paradigma del "estudio hereditario" el cual indica un modelo de aprendizaje tradicional y centralizado girando siempre en función a la enseñanza repetitiva de conocimientos obsoletos, sin embargo con la llegada de la globalización y la aparición de la Internet, estos viejos modelos hereditarios llegan a su fin.

Ciertamente para los educadores y ciudadanos no nacidos en la era digital, verse envueltos en un nuevo proceso de aprendizaje que los obliga a integrarse y disponerse a ser alfabetizados digitalmente, puede considerarse como un gran reto a nivel de desarrollo personal. Aprender a leer y escribir antiguamente era considerado el proceso de alfabetización básico, no obstante cuando nos referimos a una alfabetización digital decimos que un ciudadano que quiera integrar al mundo mediático en el que estamos viviendo debe saber hablar, escribir y leer el lenguaje tecnológico, pero sobre todo debe pensar y crear contenidos convirtiéndose en un ente participativo que aporte con ideas y genere cambios en la sociedad, así como dice Paul Gilster «La alfabetización digital tiene que ver con el dominio de las ideas y no de las teclas» (Gilster,1997).

Para algunos estudiosos de la sociedad como José Luis Travieso y Jordi Planella en un artículo escrito para la revista UOCpapers titulado "La alfabetización digital: como factor de inclusión social", indican que la alfabetización digital es considerada una destreza esencial en la vida, en donde se debe incluir a todas las alfabetizaciones basadas en destrezas, sin limitarse a ellas ni a ninguna tecnología particular, con el objetivo de observar la comprensión, el significado y el contexto en el que se vive, para finalmente favorecer la calidad de vida de todas las personas, cualquiera que sea su condición, sexo, raza, religión, origen (Travieso & Planella, 2008).

Por otro lado expertos como Begoña Gros y David Contreras (2006), opinan sobre la integración de las TIC's en la sociedad y han llegado a la conclusión de que las nuevas tecnologías han generado que un quiebre entre países y los diferentes grupos sociales, los investigadores comentan que en el mundo se habla de una división de dos grupos el primero de condición ascendente que ha permitido el ingreso de los nuevos conocimientos de las tecnologías y el otro descendente obligado a integrarse en contra de su voluntad a un aprendizaje forzado en el uso de nuevos métodos de comunicación y aprendizaje.

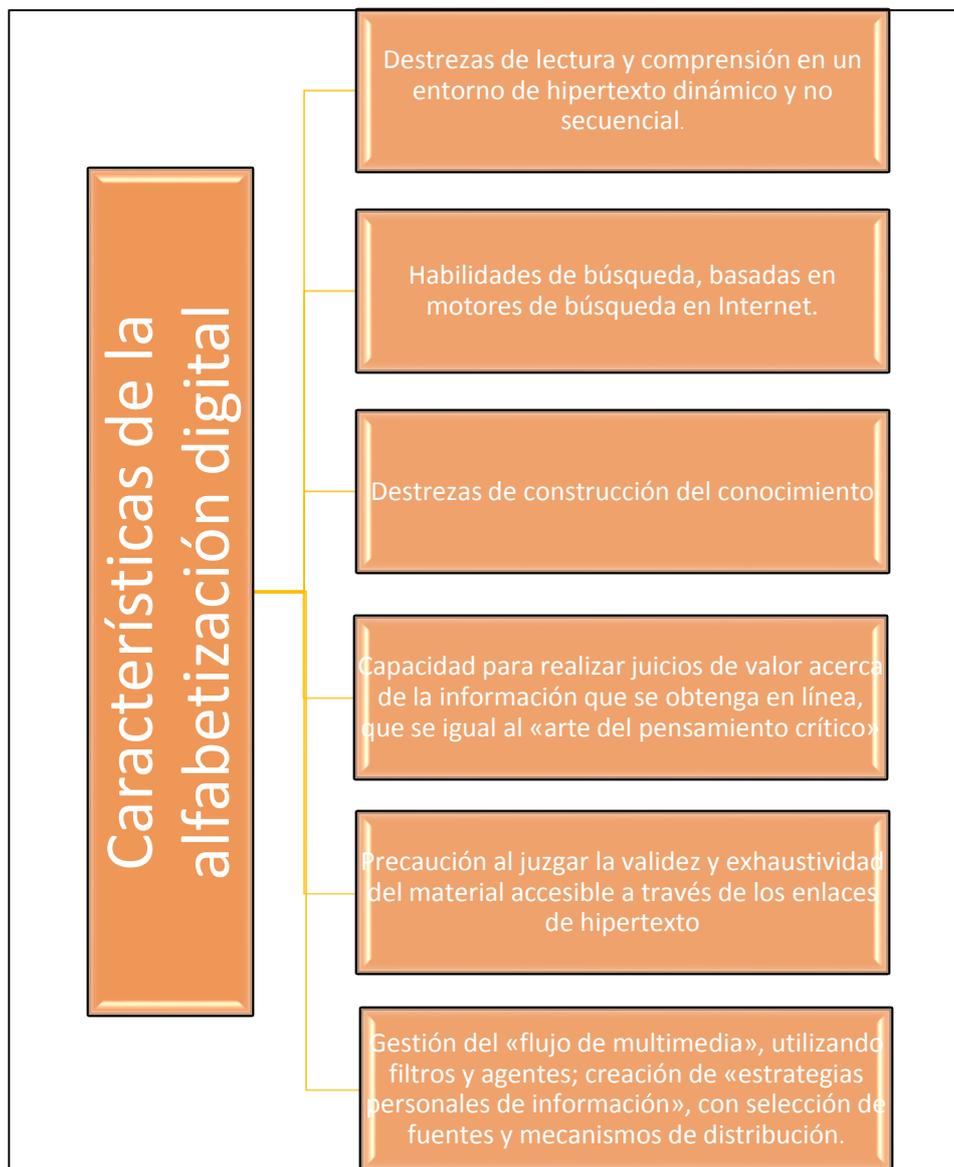
Este segundo grupo de carácter descendente es precisamente al que se aplica la alfabetización digital, convirtiéndose en un reto no solo de cada individuo, sino también el reto para cada gobierno del mundo y de manera especial para aquellos países considerados en

vías de desarrollo, ya que gran parte de la evolución y crecimiento de un país nace con la calidad de educación, capacidades de integración y aportes de sus ciudadanos.

Algunos conceptos de alfabetización mediática:

- “La alfabetización informática significa tomar el control de tu ordenador y no dejar que éste te controle a ti. Eres usuario competente, cuando sientes que puedes decirle a tu ordenador lo que tiene que hacer y no al revés” (Gros & Contreras, 2006, p.103).
- La “alfabetización digital” comprende el conjunto de habilidades socio cognitivas mediante las cuales se puede seleccionar, procesar, analizar e informar del proceso de transformación a conocimiento.
- “La Educomunicación se revela así como la herramienta imprescindible para toda persona que aspire a considerarse audiovisualmente alfabetizada” (Txema, Esther, Bosterretxea, & Pefxo, 2006, p.177).

A continuación se presenta un cuadro en donde constan las características básicas que involucra el proceso de alfabetización digital:



Cuadro 1. Alfabetización digital

Fuente: Gros y Contreras (2006).

Elaboración: propia

1.1.1. Antecedentes de la alfabetización digital.

Entender el rasgo del viejo paradigma de la educación en medios es volver a recordar el movimiento de la pro educación la cual surgió en un contexto de dominio de los medios de comunicación masivos, en aquel entonces medios centralizados, unidireccionales, en los que el poder residía en el emisor, es decir solo importaba de donde salía la información no la opinión de quien la recibía es decir del receptor negando la posibilidad de una retroalimentación.

Un claro ejemplo es la televisión, pues la posibilidad de respuesta y de participación en aquel entonces era nula, sin embargo los avances de tecnológicos hoy permiten que la sociedad se

comunique y pueda dar una respuesta inmediata frente a la información que reciben a través de cualquier medio informacional. (Pérez Tornero, 2012, p.7)

En la década de los noventa se fomenta un activismo mediático a nivel mundial logrando por primera vez una conexión en el mundo de la educación, es entonces que a partir del siglo XX y la primera década del XXI sucede un cambio profundo en la orientación de la educación denominada hasta aquel entonces educación en medios y da origen a un nuevo paradigma conceptual que no deja de evolucionar, este modelo se centra en una revisión crítica y renovada de lo que han sido las comunicaciones audiovisuales y su intervención e interacción con la educación.

En el siglo XXI, se introduce la idea de las competencias básicas como la capacidad de poner en marcha de manera integrada, aquellos conocimientos adquiridos y rasgos de personalidad que permiten resolver situaciones diversas, estas incluyen, tanto los conocimientos teóricos, como las habilidades y conocimientos prácticos o aplicativos, también las actitudes y compromisos personales que van más allá del saber y saber hacer o aplicar, porque incluyen también el saber ser o estar.

Finalmente desde que se popularizó el concepto de «alfabetización digital», simultáneamente han venido apareciendo muchos términos para designar esta preparación básica para la sociedad digital tales como: Multialfabetizaciones, alfabetización multimedia, nuevas alfabetizaciones, alfabetización mediática e informacional y finalmente la UNESCO (2008), adhiere el nombre oficial de “Educación para la alfabetización mediática”.

1.2. Alfabetización mediática e informacional (AMI).

“La alfabetización mediática es una aproximación a la educación del siglo XXI. Suministra el marco necesario para posibilitar el acceso, análisis, evaluación y creación de mensajes en sus diferentes formas, ya sean en formato impreso, audiovisual o internet, este tipo de alfabetización permite comprender el papel de los medios de comunicación en la sociedad actual”. (Txema, Esther, Bosterretxea, & Pefxo, 2006, p.180)

Entonces a partir de este concepto podemos decir que la alfabetización mediática involucra no solo el saber para qué sirven las nuevas tecnologías, es un salto que tiene que ver con la capacidad de análisis del individuo, en este punto hablamos de los contenidos y la información que llega a través de los diferentes medios de comunicación. Un ciudadano debe ser capaz de leer entre líneas, interpretar y escoger lo que es confiable y conveniente, podemos decir que en este proceso de alfabetización aprendemos a seleccionar información veraz y también generamos opiniones, creando estrategias de cambio para la sociedad.

Sobre la alfabetización mediática también decimos que es la importancia del acceso a la información y el uso ético de dicha información, es la habilidad para entender cuáles son las funciones de los medios, comprometiéndose racionalmente con los medios para la autoexpresión (Carolyn & Alton, 2011).

Este fenómeno social pretende que los estudiantes desarrollen su razonamiento y formen criterio sobre los medios de comunicación de masas, los jóvenes deben aprender a diferenciar las técnicas que utilizan los medios, y los efectos que estas producen. Es decir se trata de una educación que se propone incrementar la comprensión a través del uso de comunicación audiovisual sumergida en las nuevas tecnologías.

Otro concepto bien concebido sobre *“alfabetización mediática es el desarrollo de las competencias esenciales, habilidades y actitudes que permiten a los ciudadanos interactuar con los medios de comunicación y otros proveedores de información de manera eficaz y desarrollar el pensamiento crítico y las aptitudes para el aprendizaje a lo largo de la vida para la socialización de la puesta en práctica de la ciudadanía activa”* (Carolyn, 2012).

Finalmente para Berbenau, Esteban y Rosales, una persona que se considere estar alfabetizada mediáticamente debe haber desarrollado cinco capacidades que son elementales en todo proceso de formación en medios:

Ilustración 1. Alfabetización mediática

Una persona alfabetizada mediáticamente es capaz de:

- **Comodidad:** se siente a gusto con todos los medios de comunicación existentes, desde los periódicos hasta las sociedades virtuales.
- **Actividad mediática:** usa de forma continua la televisión interactiva, los recursos de búsqueda en internet, su participación en redes sociales y aprovecha el acceso a la cultura tecnológica para su aprendizaje de la vida cotidiana.
- **Cercanía:** utilizando su sentido crítico evalúa la información que recibe, para discriminar los contenidos que no le convienen usando de manera inteligente sus motores de búsqueda.
- **Uso:** su ingenio y creatividad son aplicados a los medios con el fin de crear información, difundir imágenes y generar contenidos.
- **Comprensión:** entiende cómo se maneja la economía de los medios y las diferencias entre pluralismo y acaparación de medios.

Fuente: Berbenau, Esteban, Gallego y Rosales (2011).

Elaboración: propia

1.3. Nativo digital.

Los jóvenes de hoy no pueden aprender al igual que los jóvenes de ayer, Prensky sugiere una gran diferencia entre los términos “Nativo Digital y Migrante Digital”, el nativo digital es aquel que ha nacido en la era de la tecnología, este individuo ha iniciado un aprendizaje no tradicional empleando su tiempo de educación en la búsqueda de respuestas en una biblioteca universal más conocida como red. El nativo usa las nuevas tecnologías frente a los ordenadores, aplicando correctamente el lenguaje y reconoce la problemática en el exceso de información ubicada en la web.

A los jóvenes digitales se les inició dando el nombre de N-GEN por generación en red y también D-GEN por generación digital, sin embargo para Prensky la mejor definición y la más fiel es la de NATIVOS DIGITALES, es correcto llamarlos así dice, ya que ellos han nacido con la tecnología y se han formado utilizando el lenguaje digital, sea en los juegos en la red, videos o internet.

“Por ello, los adolescentes y jóvenes son usuarios de las nuevas tecnologías en mayor medida que los adultos. Son nativos digitales. Incluso se les llega a considerar profetas del digitalismo” (Merino, 2010, p.37).

Otro investigador como Alejandro Piscitelli considera que luego de la aparición del término nativo digital nacen nuevos conceptos para calificar a los usuarios de las TIC's, sugiere que "Las nuevas formas de participación tienen nuevos formatos, los mundos en los que viven los colonos, nativos, inmigrantes y excluidos digitales" (Piscitelli, 2009, p.2).

- **Colonos digitales:** son aquellos que se vinculan a las nuevas tecnologías como intermediarios de conocimientos en educación tradicional, mediática y digital.
- **Inmigrantes digitales:** la gran mayoría de adultos ingresan en este grupo pues son aquellos que nacidos antes de la era del conocimiento, por tanto el proceso de aprendizaje es más lento, en este grupo siempre deberá pasar por los procesos de alfabetización digital y mediática.
- **Excluidos digitales:** este grupo es de los analfabetos digitales, es decir aquel grupo que arrastra la educación tradicional y se niega a aceptar las nuevas metodologías y herramientas de inclusión social digital.

1.4. Inmigrantes digitales.

La educación, el trabajo y las nuevas tecnologías, son factores que han estimulado a los adultos que se encuentran apartados de las tecnologías a irse adentrando en el conocimiento del uso de las TIC's, los padres de la actualidad se ven obligados a educarse en competencias mediáticas para poder comunicarse con sus hijos, pues a pesar de la diferencia de edad entre padres e hijos, estos últimos nacen con la tecnología mientras los primeros apenas empiezan a aprender.

Por otro lado si hablamos de docentes y educación sabemos que los maestros se encuentran apartados de la tecnología a tal punto que a pesar de las facilidades que nos ofrece la tecnología en la actualidad todavía prefieren imprimir un archivo y editarlo manualmente a corregir en la pantalla y luego imprimir el archivo ya rectificado, los inmigrantes digitales en esta sociedad mediática se ven obligados a formarse en el aprendizaje de las nuevas tecnologías, para lograr su propia inclusión.

Prensky (2010), nos enseña la diferencia entre nativos digitales e inmigrantes digitales:

- Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.
- Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.
- Prefieren los gráficos a los textos.
- Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).
- Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.

- Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.
- Prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor.

Nos damos cuenta claramente que los niños y jóvenes que son nativos digitales cada vez crecen en conocimientos desarrollando capacidades que favorecen su crecimiento intelectual, los nativos digitales que se encuentran en las aulas educativas necesitan nuevos modelos de enseñanza los cuales les permitan aprender con un estilo multifuncional, los docentes y alumnos deben conocer el mismo lenguaje tecnológico para facilitar el proceso de enseñanza caso contrario lo único que se está generando es una barrera de ruido en donde los dos grupos caminan en direcciones opuestas.

1.5. Interacción de las TIC`s en la enseñanza.

La primera iniciativa destinada a incorporar las tecnologías de la información y comunicación en los centros educativos comenzó en las Canarias en la década de los ochenta con el Proyecto Ábaco, este proyecto fue la base para la creación del Programa de Nuevas Tecnologías, también conocido como Proyecto Medusa que durante la década de los noventa coordinó todas las acciones vinculadas a las aplicaciones educativas de las TIC. (Area Moreira, 2009).

Dicho proyecto consistió en brindar equipos tecnológicos a los centros educativos, creando así las famosas aulas Medusa compuestas por computadoras personales conectadas a Internet, el objetivo de este proyecto fue siempre colaborar con la formación de los docentes en el uso racional de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para definir modelos pedagógicos útiles para generar conocimientos en los nativos digitales.

Es importante mencionar que durante décadas las pantallas han sido apartadas del mundo educativo, pues se consideraba que la cultura del conocimiento tenía un espacio privilegiado y no podía ser invadido por ningún factor externo, sin embargo, a pesar de la resistencia, la cultura digital ingreso levemente generando un gran impacto con la llegada de las computadoras.

“Las pantallas llegan a las aulas, pero la educación mediática, la Educomunicación o la articulación entre educación y comunicación, aún esperan los debates que les permitan a docente y estudiantes no solo utilizar las pantallas sino, más bien, pensar con perspectivas

críticas, producir y comprender los entornos novedosos en los que se inserta la escuela sin muros de la que somos parte” (Bacher, 2013, p.27).

La importancia de medios como la televisión, video juegos o Internet en la educación informal de los jóvenes, es imprescindible, los centros educativos en este siglo se ven obligados a generar un cambio integral en sus modelos de enseñanza, las instituciones deben integrar en sus pensum de estudio el uso de las TICS's, con el fin de generar futuros profesionales competentes y exitosos.

Todos los individuos que transiten un proceso de aprendizaje están expuestos a someterse a la nueva disciplina de la Educomunicación, lo que implica nutrirse de conocimientos a través de la interacción con las nuevas tecnologías y análisis de las comunicaciones mediáticas basadas en la discusión crítica de los medios (Pérez Tornero, 2012).

1.5.1. Web 2.0.

“La promesa de una visión realizada”, así es como muchos expertos definen a la Web 2.0, como un espacio social que permite una verdadera interacción entre varios grupos sociales denominados internautas, la Web 2.0 ha creado una sociedad informacional a nivel mundial (Fumero, Roca, & Sáez Vacas, 2007).

Al igual que Fumero y Roca consideramos que la Web 2.0 a partir de su nacimiento en el siglo XXI ha permitido el crecimiento de una sociedad tecnológica en donde no existen barreras permitiendo a los individuos romper con los esquemas tradicionales de educación y crear nuevos contenidos para transformar a sus internautas en mentores de nuevos conceptos de políticas de estilo de vida y educación.

Entre las cualidades de la Web 2.0 está que permite tanto a estudiantes como docentes integrar nuevas herramientas didácticas en el campo educativo logrando cumplir con el propósito de compartir, participar e interactuar.

El fenómeno de la Web 2.0 surge como una nueva forma de entender a la tecnología de la Red, accediendo a un intercambio directo de conocimientos. Internet ha dejado de ser una fuente de lectura trascendiendo a un espacio de escritura, reciprocidad y cooperación.

“La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología, es una transformación que pone en evidencia los próximos pasos de Internet y materializa la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas en el usuario final” (Martínez & Solano, 2010, p.18).

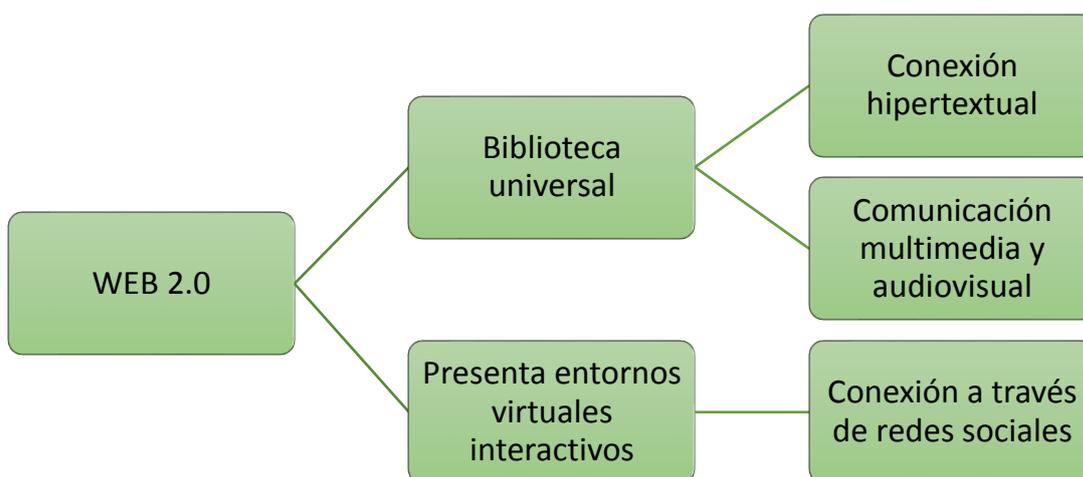
En la Web 2.0 los consumidores de información se han convertido en “prosumidores”, es decir en productores de la información que ellos mismos consumen. La web 2.0 pone a disposición de millones de personas herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la Red.

Hoy en día cualquiera tiene la capacidad de crear un blog o bitácora y publicar sus artículos de opinión, fotos, vídeos, archivos de audio, etc. y compartirlos con otros portales e internautas.

1.5.2. Educación y web 2.0.

Las políticas educativas desde hace más de 30 años están priorizando la dotación tecnológica a los centros educativos, pero de poco sirve modernizar los colegios con tecnologías digitales si las computadoras son usadas para basarse únicamente en la transmisión y reproducción de una vieja concepción pedagógica.

La educación 2.0 nos presenta una filosofía y una práctica de la educación y de la comunicación basada en el diálogo y en la participación que no requiere solo de tecnologías, sino de un cambio de actitudes y de concepciones (Aparici, 2011).



Cuadro 2. Web 2.0
Fuente: Web 2.0, O'Reilly, (2005).
Elaboración: propia

1.5.3. Internet.

En el año 1969 nace Internet a través de la red ARPANET creada con propósito de servir al ejército americano, su conexión fue necesaria para unir centros militares, civiles y de investigación para desarrollar e investigar redes resistentes a entornos bélicos frente a un ataque nuclear.

Durante los años 80 su desarrollo dio lugar a dos redes: ARPANET que era en principio una red experimental y MILNET que era una red militar. Fue de la red ARPANET de la que surgió la actual red de Internet (Palomo, 2011).

Años después en la década de los 90 la World Wide Web (www), en Suiza, decidió usar la información existente de los Estados Unidos a través del Hipertexto para así distribuirla por todo el mundo. Cronológicamente la web fue creciendo y así cada vez se fueron creando más buscadores con el fin de facilitar la búsqueda de información dentro de ella.

1.5.4. Internet en el aula.

La red de comunicación más grande del mundo es Internet, considerada más que una fuente de información ya que se ha convertido en un medio de publicación con un grupo objetivo de carácter universal.

Apoyándose en el uso de un computador portátil hoy en día se reemplaza en un solo equipo el uso de varias tecnologías como el video (Youtube, canales de televisión online), audio (radios online), teléfono (video llamadas Skype, Line, etc); optimizando tiempo, espacio y dinero; conocemos también de la existencia de los buscadores como Google, Yahoo, Live, entre otros. Todos estos medios a los que nos hemos referido permiten que la vida dentro del aprendizaje se vuelva un mundo sin fronteras ni límites, en palabras más simples la red es una puerta abierta al conocimiento.

Hoy un estudiante puede dialogar con otro estudiante de su misma edad que vive en un país diferente, sin necesidad de trasladarse a ese país, pues con el uso de las redes puede compartir imágenes, realizar un video llamado y compartir diversos conocimientos de sus mundos solo con hacer un clic.

Yendo más allá dentro de un entorno educativo consideramos que la creación de espacios virtuales en donde los alumnos puedan participar en foros, conferencias, localizar información dentro de una biblioteca universal, expresar opiniones y comunicarse con otros usuarios; permitirá que la educación suba a un nivel gigante evolucionando grandemente y colaborando con el desarrollo de las sociedades lentas en su crecimiento, al punto de haber creado profesionales con competencias plenas para el desarrollo, con capacidades de emprendedores y generadores de ideas evolutivas con un enfoque positivo guiados por el anhelo de seguir creciendo.

El propósito de la incorporación de Internet en el aula es: que la mayor cantidad de información la genere el estudiante, lograr un aprendizaje en conjunto que permita el intercambio de conocimientos, involucrarlos en los temas de actualidad, y la más importante de todas es que la interacción de los alumnos y docentes con la tecnología produzca una retroalimentación que los haga reflexionar sobre cómo se aprende y qué merece la pena aprender (Berbenau, Esteban, Gallego y Rosales, 2011).

1.5.5. Buscadores.

Los buscadores en internet son usados para indagar contenidos sobre temas específicos sin intervenciones. Los motores de búsqueda más comunes son: Google, Yahoo, Live, Ask, siendo las herramientas preferidas por los internautas para encontrar los contenidos que les interesa.

Los buscadores se han convertido en evaluadores de la reputación online de los sitios web, Cuando un usuario introduce un término de búsqueda, el buscador decide, acudiendo a su índice, en qué orden se mostrarán los distintos resultados que contienen los términos introducidos, seleccionando entre sus páginas almacenadas los mejores resultados. Este proceso de selección se realiza mediante algoritmos, por lo que el buscador puede ofrecer respuestas sin límite siempre y cuando alguien haya publicado en Internet.

El primer buscador de la Web fue el Webcrawler en 1994, este sólo permitía buscar nombres de página de Internet, luego como proyecto universitario nació Lycos en 1993, superando su creación aparece uno de los buscadores más antiguos y conocidos en el mundo cibernético Yahoo! en 1995 y finalmente se crea Altavista en 1995.

Con el pasar del tiempo estalló el boom de buscadores en el mundo de la web, es así que los nativos y migrantes digitales fueron experimentando y ampliando sus conocimientos en el mundo digital convirtiéndose en generadores de nuevos programas cibernéticos los cuales hoy permiten encontrar información clasificada y especializada para cada uno de los individuos en el mundo según sus intereses de búsqueda, algunos ejemplos de sus creaciones son: Google, Yahoo!, Ask, Bing, EarthLink, Overture, entre otros.

Internet se ha convertido en una de las armas más poderosas del mundo de la información y de la comunicación, permitiendo llegar con un mensaje en cuestión de segundos, hoy en día rompe los paradigmas permitiendo al receptor de la información convertirse en un generador activo de respuesta inmediata a las comunicaciones que recibe a diario.

1.5.6. Teléfonos inteligentes.

Los teléfonos inteligentes se han convertido en dispositivos importantes dentro de la vida del ser humano, no únicamente por la facilidad que ofrecen en el acceso a Internet, sino también por la propuesta futurista que muestran y representan para el mundo.

Existe una clara diferencia entre un teléfono móvil y un teléfono Smartphone, pese a que muchos de los teléfonos móviles tienen la posibilidad de acceder a Internet, la diferencia de poseer un celular inteligente es que permite realizar multitareas, por ejemplo: se puede escuchar música, mientras descarga un video y envía un mensaje; este tipo de actividades

no las realizaría un celular básico pues sus funciones son limitadas a ejecutar una sola actividad.

Científicamente para José Roca (2014), ingeniero en telecomunicaciones y creador del blog InformeTICfácil.com un smartphone sería, desde el punto de vista del hardware, un Smartphone es un ordenador de bolsillo que, gracias a las tecnologías microelectrónicas, ha ido acumulando funciones y posibilidades que lo acercan a otros dispositivos de proceso aparentemente más potentes y versátiles. Hoy en día las fronteras, y también el coste, entre ordenadores portátiles, tabletas y Smartphone son cada vez más difusas y los teléfonos inteligentes están entrando en el terreno de los otros dispositivos. A veces, la principal diferencia solo se encuentra en el tamaño y forma del teclado o de la pantalla.

Tal y como dice Roca, los smartphones establecen grandes ventajas frente a los celulares básicos, el usuario en la actualidad prefiere un celular inteligente ya sea por optimizar su tiempo, acortar distancias y economizar su dinero, pero sobre todo por la comodidad, un smartphone es pequeño fácil de llevar y posee las mismas y capacidades de un computador portátil.

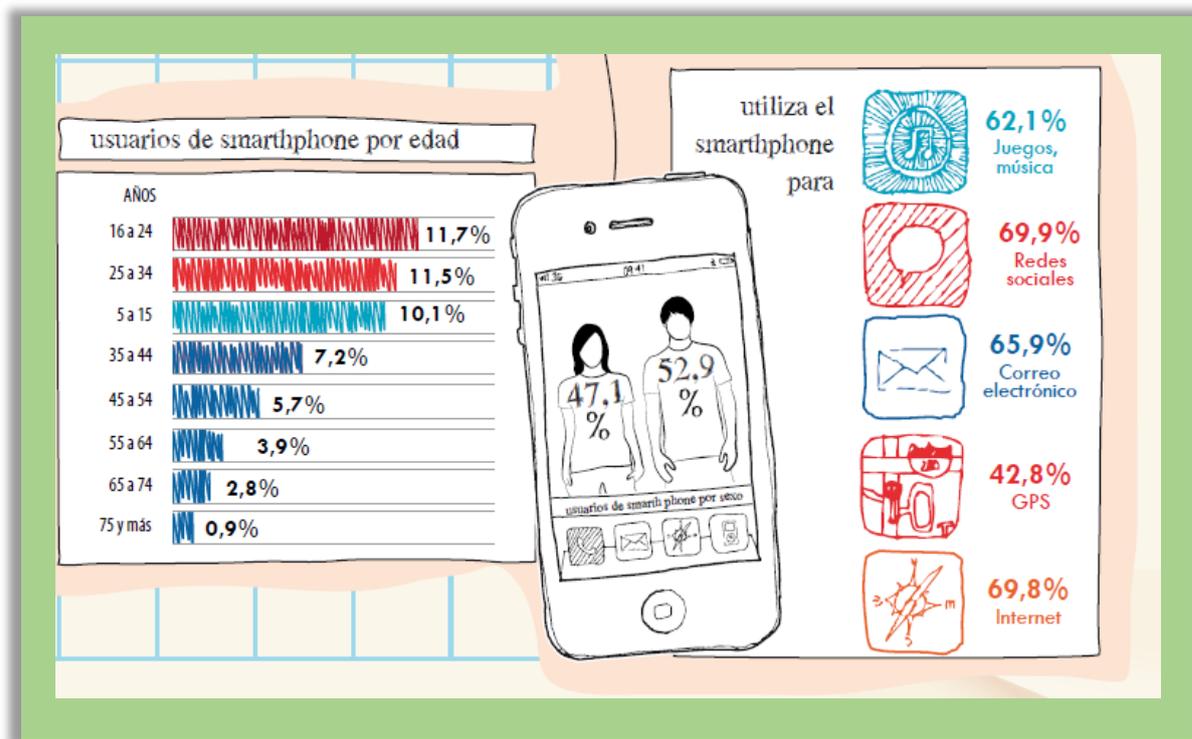
En una encuesta realizada por KPMG International, Digital Debate, aplicada a nueve mil consumidores ubicados en nueve países se reveló que el 70% de usuarios de móviles inteligentes considera que la opción del contenido digital es más amplio que el ofrecido por los medios tradicionales (Rodríguez, 2013).

1.5.6.1. Telefonía inteligente en el Ecuador

Un boletín informativo escrito por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en diciembre de 2011, revela que en el Ecuador un 8,4% (522.640) de las personas que tienen celular en el país cuentan con un Smartphone con acceso a Internet.

Esta investigación fue aplicada en 21.768 hogares, a nivel nacional y según los datos confirmados de la encuesta, el 69,9% de las personas con Smartphone lo utiliza para acceder a redes sociales, el 69,8% como buscador de Internet, el 65,9% para usar el correo electrónico, el 62,1% para juegos, música y el 42,8% por su función GPS.

Ilustración 2. Smartphone Ecuador



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDUR- Nacional Total
Elaboración: INEC (2010)

Asimismo otro dato importante a recoger de esta investigación es la edad de los usuarios ya que de acuerdo con la encuesta, en el país el 11,7% de la población con teléfono inteligente corresponde a personas de entre 16 y 24 años, y el 11,5% a personas de 25 a 34 años, los números nos indican que la mayoría de usuarios de smartphones son relativamente la población más joven entre ellos se encuentran los dos grupos claramente citados con anterioridad hallamos a los nativos e inmigrantes digitales. En el análisis de resultados encontramos finalmente que el 78,8% de ecuatorianos posee telefonía celular (INEC, 2011).

1.5.6.2. Múltiples beneficios del smartphone

El estilo de vida del hombre actual es agitado, dependiente de una competencia diaria, en esta ocasión entendamos el término “*competencia*” como una carrera; las responsabilidades de los individuos van en sentido ascendente, cada día asumiendo grandes compromisos a nivel social, familiar y personal. Todo ello contribuye a la transformación del hombre en un corredor que vive repitiendo constantemente la frase “no tengo tiempo”.

Con la aparición del celular inteligente se ha dado solución al “no tengo tiempo” permitiendo abrir puertas para la llegada de soluciones, a través del teléfono inteligente el hombre es capaz de manejar múltiples aplicaciones, como aplicaciones multimedia, juegos, negocios,

diseño, edición de fotos y otras aplicaciones de software. Un Smartphone permite que las personas realicen varias tareas al mismo tiempo como: navegar por Internet, acceder al correo electrónico, crear presentaciones de negocios, jugar y participar en las redes sociales. (García Font, 2013)

1.5.6.3. Smartphone sustitución de equipos

Durante el proceso de evolución de las tecnologías, los medios tradicionales más afectados han sido los periódicos a razón de la pérdida de la publicidad pues está consistía en la fuente principal de ingresos para los medios impresos. Sin embargo con la llegada de las computadoras, Tablet y smartphone, las empresas encontraron un nicho apropiado para colocar su publicidad aprovechando así las ventajas de las TIC permitiéndose economizar recursos, logrando mayor alcance y penetración en el mercado global.

Por otro lado algunas empresas como la musical experimentó una alteración similar a la de los periódicos, cuando la herramienta iTunes de Apple apareció en escena el 2001, se generó una pérdida en la venta de discos, sin embargo lo que en un principio se había concebido como un problema resultó ser una gran inversión permitiendo ampliar el mercado musical que facilitando opciones como descargar gratuitamente las canciones de su preferencia y conocer diversos géneros musicales de alrededor del mundo.

Al momento la compañía de tecnología iTunes obtiene alrededor de 30 céntimos de dólar como compilador para esta industria y para febrero de 2014, ya contaba con 25 mil millones de canciones descargadas, convirtiéndose en un gran negocio.

Un artículo escrito en la revista EUROMEDICE titulado “La revolución del Smartphone” describe que *“Ryan Hayward, gerente de marketing de producto móvil de Google para la región de Asia-Pacífico indica que se ha observado la tendencia de aumento en el uso de Internet móvil en 2011. Afirma que el uso de Google Maps en el teléfono móvil ha superado a la computadora personal a nivel mundial”* (García Font, 2013, p.9).

De esta manera y tomando en cuenta la opinión de los usuarios, llegamos a la conclusión de que las empresas de comunicación han debido reestructurar su vía de entrega de información adaptándose a las exigencias de la sociedad de la información. Para ello como muestra de este cambio podemos recurrir al ejemplo de que muchos medios considerados tradicionales hoy presentan su información en portales web, alimentados estratégicamente con videos, imágenes y grabaciones de audio, permitiendo una interacción inmediata de su público a través del uso de las redes sociales convirtiendo a los receptores en creadores de opinión e información.

“El destino es claro para las compañías mediáticas establecidas, tanto para los propietarios como para los distribuidores de los contenidos, quienes en los próximos años deberán adaptarse a este mundo cada vez más móvil” (Rodríguez, 2013, p.3).

Coincidimos con Rodríguez respecto del futuro de las compañías pues las exigencias del individuo dentro de una sociedad denominada de la información, crecen y avanzan, por esta razón las tecnologías de la información deben evolucionar presentando aplicaciones que faciliten el acceso rápido e inmediato del usuario.

1.6. Blogs.

La palabra blog, weblog o bitácora, se entiende de manera conceptual como un diario personal en Internet, es una herramienta de expresión, comunicación y socialización; sirve para comunicarse en la Red que conocemos como blogosfera (Fumero, Roca, & Sáez Vacas, 2007).

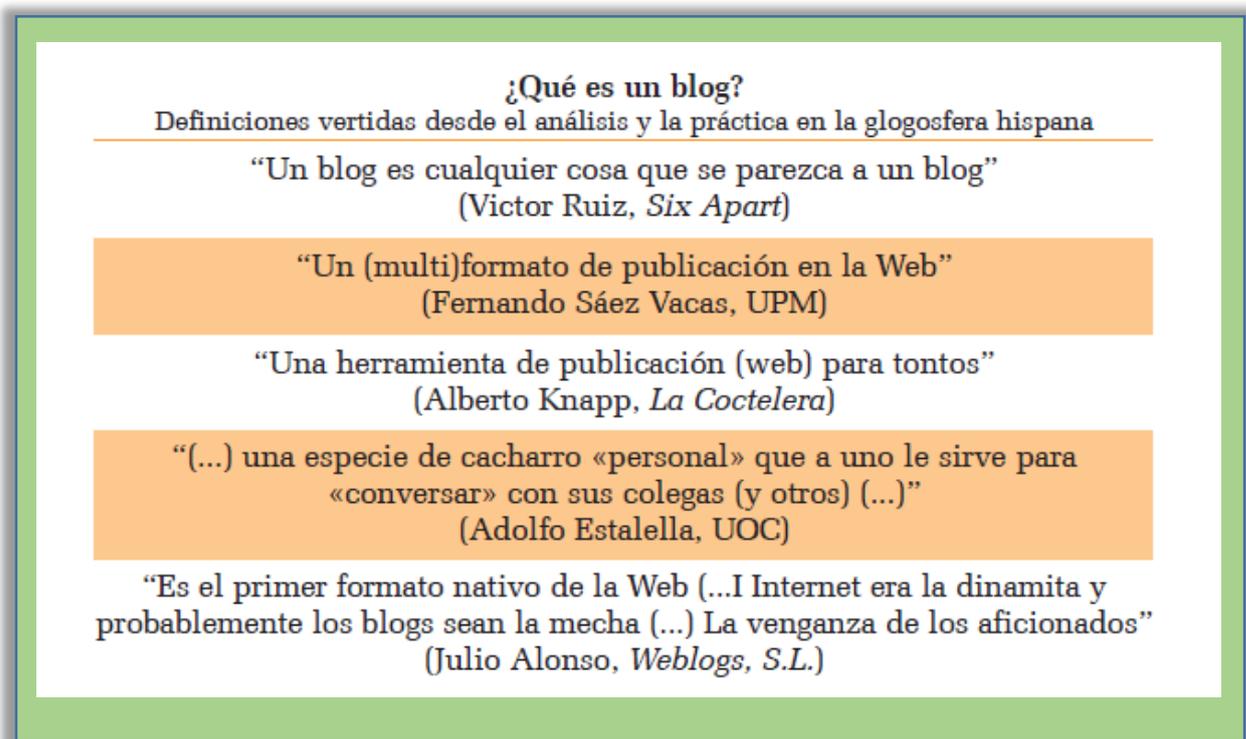
Desde la aparición del blog la comunicación se transformó completamente convirtiéndose en una extraordinaria y singular herramienta de cyber información la cual permite al hombre involucrarse en el mundo tecnológico y volcar sus conocimientos, sentimientos, emociones en una página personal dedicada a generar información que puede ser especializada dirigida a un tema específico o convertirse en otro medio de comunicación noticioso en donde sin necesidad de emplear fuertes cantidades de dinero puede convertirse en el medio informativo más conocido a nivel mundial dependiendo del número de seguidores o lectores que tenga su portal, pero sobre todo de la calidad de información que se difunda.

Un mar de conocimientos, así se puede denominar al mundo Blog, ya que no exige tener una edad específica para convertirse en creador de contenidos, un interesado en el mundo cibernético empieza por crear contenidos y el siguiente paso es seguir creando.

El boom de los *blogs* obliga a re conceptualizar la noción de comunidad virtual, tras ellos las anteriores metáforas espaciales que se manejan para referirse a Internet ya no son válidas. En su lugar, los *blogs*, al emerger como novedosos dispositivos tecnológicos se transformaron ya en interesantes “objetos digitales”, esto es, objetos inmateriales cuya información propicia la comunicación y la interacción mediada.

“Hablamos de interacciones que resultan fundamentales para construir un espacio de comunicación a través de su estructura (post, permalink, comentarios, trackback, etc.) y su lenguaje multimedia (sonido en formato podcast, imágenes e hipertextos, videoblogs, fotoblogs, etc.), en el cual los individuos establecen relaciones, comparten su experiencia, aprenden colectivamente su práctica y la dotan de sentido”. (Martinez & Solano, 2010, p.37)

Ilustración 3. Blog



Fuente: Fumero, Roca y Sáez Vacas (2007)

Elaboración: propia

CAPITULO II
COMPETENCIA MEDIÁTICA

2. Educación mediática en los medios de comunicación.

El analfabetismo audiovisual, es una realidad en nuestra sociedad y más aún en nuestro país, cada vez las investigaciones demuestran que el consumo masivo de los medios de comunicación presenta en los individuos una falta de conocimiento de los códigos del lenguaje audiovisual, provocando situaciones de vulnerabilidad ante sus mensajes.

Para la sociedad actual los medios se han convertido en una realidad llena de símbolos, signos y sistemas a los que se ven obligados a interpretar, por esta razón como una solución urgente nace la Edu-comunicación o educación en medios, con el propósito de generar en las aulas un conocimiento nuevo enfocado en el desarrollo del razonamiento.

En el libro de Alfabetización mediática y competencias básicas escrito por Berbenau, Esteban, Gallego y Rosales, se nos explica tres tipos de educación en medios diferentes:

- La educación en medios: se entiende como el estudio de los contenidos de los medios, en ese sentido hay que entender que la lectura con criterio permite interpretar los mensajes que llegan y son de elección de su receptor activo.
- La educación con los medios: a este grupo pertenecen las estrategias que agilitan el desarrollo de las técnicas de trabajo intelectual, el conocer el alfabeto audiovisual, los elementos que lo componen y sus normas.
- La educación ante los medios: dedicada a entender el consumo selectivo, espíritu crítico y criterio personal, se pretende crear una formación en torno a la influencia de los medio en la sociedad y vida propia (Berbenau, Esteban, Gallego, & Rosales, 2011).

La estrecha relación que existe entre los jóvenes y los medios de comunicación, es la razón principal por la cual se requiere una planificación y proyección correcta sobre una educación en medios para el conocimiento de los nuevos lenguajes digitales en una sociedad cada vez más mediática (Aguaded, 2007).

Podemos decir entonces que la educación en medios tiene como finalidad lograr la formación integral de la conciencia crítica y desarrollo de actitudes activas y creativas en los alumnos y sociedad para conocer y comprender los procesos de la comunicación y sus contenidos.

Recordemos que a muchos de nosotros como estudiantes o espectadores siempre se nos ha mencionado el lema más famoso de la historia de la comunicación “la información objetiva y verás”, y es que en realidad la palabra objetividad dentro de la comunicación termina convirtiéndose en sinónimo de manipulación inadvertida; los mensajes mediáticos son una construcción social convertida en el génesis de la difusión de estereotipos convertidos hoy en una problemática social.

“Los medios, para hacer «comprensible» a sus audiencias las representaciones que hacen de la realidad, utilizan los estereotipos como fórmulas o estrategias convencionales de información” (Aguaded & Sansoles, 2012, p.33). Sin embargo estas supuestas realidades que venden los medios, han generado una transformación social a nivel mundial, logrando así la pérdida de la cultura, valores morales y sobre todo la idea de que todo lo que se ve en los medios es bueno y se debe hacer.

Una visión más realista nos presenta Jacques Delors quien nos dice la educación durante toda la vida se presenta como una de las llaves de acceso al siglo XXI, Delors (1996), pero para los nativos de este siglo es necesaria una educación en medios que nos permita abrir la puerta del acceso al conocimiento que genera profesionales y sociedades que reflexionan sobre los conocimientos adquiridos.

2.1. Historia de las competencias mediáticas.

Cronológicamente hablando, nos trasladamos al año de 1990 a la Conferencia Mundial de Jomtien, en el desarrollo de este evento se da la necesidad de realizar una revisión conceptual de contenidos del proceso de enseñanza y aprendizaje, aquí se definen los contenidos para el aprendizaje con el objetivo de superar las desigualdades.

Luego en el año 1996 la Unesco en el Informe de Delors, establece por primera vez los principios de las competencias básicas de una educación para el siglo XXI, un año más adelante en 1997 el Proyecto Cheers presenta una investigación sobre el desarrollo profesional y señalan cuáles son las competencias que se demandan en el mundo laboral.

En 1999 el OCDE Proyecto DeDeCo, realiza un estudio en doce países para determinar cuáles son las competencias clave, se define el término competencia y se indica cuáles son sus rasgos diferenciales.

Ya en el año 2000 el OCDE, Programa de PISA, indica la necesidad de contar con indicadores de evaluación fiables a nivel internacional y para ello la UNESCO en el Foro Mundial sobre Educación en Dakar indicó que es un derecho humano beneficiarse de una buena formación

para responder las necesidades educativas fundamentales, una formación que incluye aprender para saber, para hacer, para vivir juntos y para ser.

Cruzando el mismo año 2000 la Unión Europea en el Consejo Europeo de Lisboa marcó como objetivo para el año 2010 llegar a ser una economía competitiva que se encuentre basada en el conocimiento y como parte de los pasos requeridos para llegar a cumplir su objetivo indica que es necesario alcanzar una mejora en el sistema educativo considerando que este debe adaptarse a las demandas de la sociedad del conocimiento, promocionando las destrezas básicas que van a permitir a los individuos seguir aprendiendo a lo largo de su vida. (Berbenau, Esteban, Gallego, & Rosales, 2011).

Finalmente en el año 2004, la Unión Europea, la Dirección General de Educación y Cultura. Programa de Trabajo Educación y Formación 2010; se encargan de definir las operaciones de las 8 competencias básicas.

2.2. Incorporación de América Latina y Ecuador en la sociedad de la información.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo incorpora el adelanto tecnológico como una nueva variable dentro de un grupo de aspectos que se estudian para medir el Desarrollo Humano, por esta razón en una lista que se presentó se muestra a 72 países de Latinoamérica considerados como los más avanzados en el camino de la sociedad informacional entre ellos constan: México en la posición número 32, Argentina en el puesto número 34, Costa Rica en el 36, Chile en el 37, Brasil en el 43 y Ecuador en el 53.

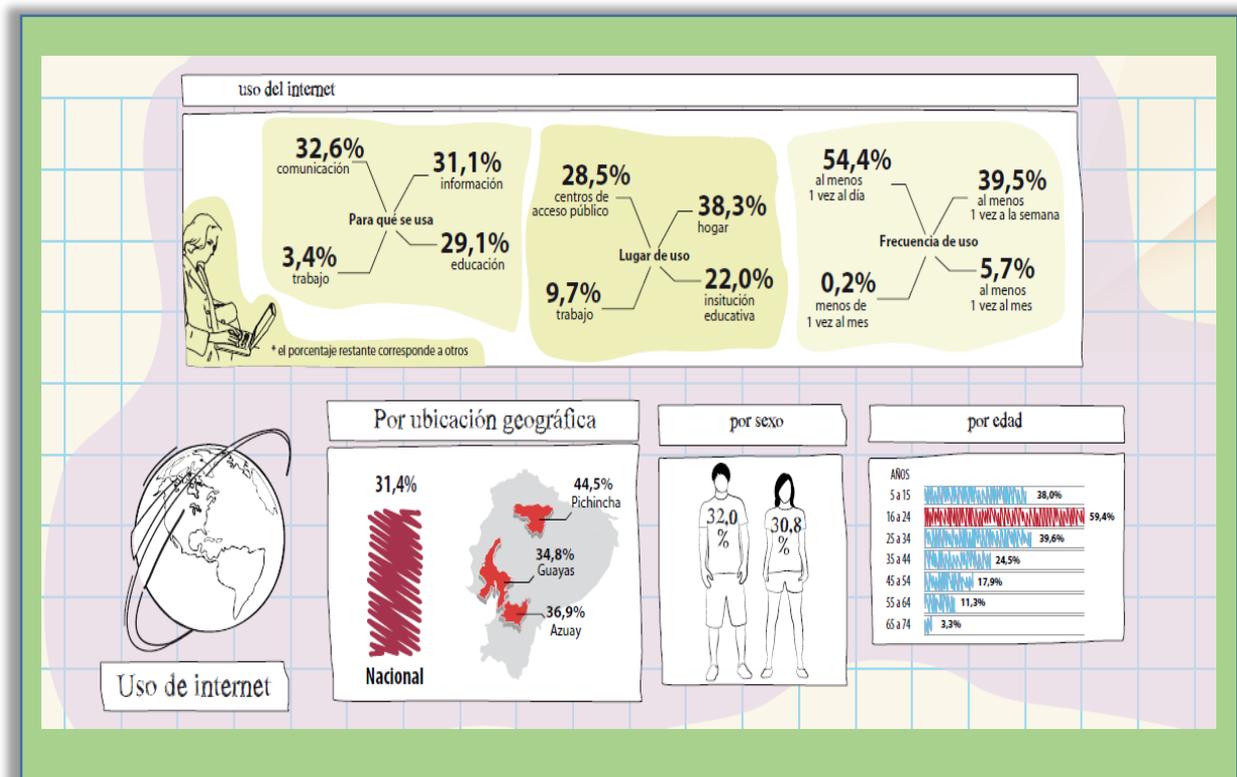
Dentro del desarrollo de esta investigación se tomaron en cuenta varios aspectos fundamentales como: capacidad de las universidades para formar trabajadores calificados o de investigación, presencia de empresas nacionales y multinacionales que proporcionen conocimientos especializados y finalmente la estabilidad económica de cada país.

En Ecuador según datos de Internet de World State, en el año 2007 hasta septiembre hubo 1.549.000 usuarios de internet, es decir tuvo un 10,1% de la población con acceso a este servicio, así lo indican (Saltos & Vázquez, 2010). Sin embargo la última encuesta realizada por el INEC demuestra que para el año 2010 en el país el 31,4 % de la población ecuatoriana ya se registraba como usuario activo de internet, mostrando que los individuos con mayor frecuencia de ingreso son aquellos más jóvenes que comprenden el 59,4% de la población y con edades de 16 a 24 años.

Otro dato importante que nos revela la investigación es la actividad que realizan los usuarios ecuatorianos en Internet, de esta manera se encontró que el 32,2 % comunicación, el 31,1%

información, el 21,1 % educación y el 3,4% trabajo. Además el 54,4 % de los registrados interactúan cibernéticamente por lo menos una vez al día.

Ilustración 4. Usuarios de Internet Ecuador



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDUR- Nacional Total
Elaboración: INEC (2010)

Las TIC's se han convertido en un hecho importante de inclusión, pero su llegada muestra dos caras, en Ecuador un individuo que forma parte de la inclusión es aquel que tiene poder adquisitivo para comprar un celular con capacidad de acceso a Internet; deberíamos preguntarnos al hablar de inclusión ¿qué pasa con la sociedad de bajos recursos y con aquellos que aún no son alfabetizados ni siquiera en la forma tradicional?, la respuesta es sencilla, este grupo pertenece a un mundo diferente habitantes de una sociedad excluyente, entonces aquí encontramos la verdadera brecha digital.

2.3. Sociedad de la información en el siglo XXI y la cultura.

Los medios de comunicación desde la aparición de la televisión se han convertido en un virus de la sociedad informacional en vista del alcance global que ha tenido y su poder de penetración en los distintos niveles de receptores.

Entonces destacaremos en este apartado destacaremos que a pesar de la presencia de las llamadas nuevas tecnologías, la televisión siempre ha sido el epicentro de la expresión de cada cultura, canalizando y difundiendo las experiencias propias de cada sociedad.

Respaldando nuestro pensamiento coincidimos con el sociólogo Kirk Johnson quien en sus investigaciones por comprender los cambios de la sociedad viajó a la India y en un análisis que él realizaba sobre el impacto de la televisión se encontró con que muchos de los ancianos habitantes del pueblo Danawli opinaban así:

“La televisión está arruinando nuestra cultura, la gente ya no habla como antes, los jóvenes conversan sobre la vida de las grandes ciudades como Inglaterra y América. No conocen nada sobre su propia cultura ni tradiciones”.

Otra de las opiniones encontrada también es *“Antes los niños escuchaban los cuentos que los ancianos contaban, todos escuchaban con atención y hoy los jóvenes solo quieren ver la televisión y películas”* (Johnson, 2007, p.590).

La influencia que ejercen los medios de comunicación en el modo de pensar y actuar de cada individuo ha tenido un alcance a nivel mundial al punto de lograr modificar los sistemas establecidos de cada grupo social modificando los estilos de vida y poniendo en peligro de extinción la cultura de los diferentes países.

La etapa de la comunicación electrónica y de los multimedia construye un nuevo punto a fijarse de la cultura basada en una virtualidad real. Podemos afirmar entonces que a nivel mundial se ha creado una nueva cultura que homogeniza valores y costumbres, por ello la mundialización de la cultura reconfigura el concepto de ciudadanía con características independientes y suma rasgos, valores de culturas mundiales asumiendo así que se pierden sus costumbres y cultura por las nueva mezcla de estilos de vida adquiridos a nivel mundial.

2.4. Educación mediática alumnos.

La educación es el pasaporte de las posibilidades y la prosperidad, hace posible que las personas ya vengán de un país desarrollado o no, se conviertan en emprendedores y líderes en cualquier ámbito que se desenvuelvan.

No obstante los desafíos a los que se enfrentan los sistemas educativos afectan de manera directa al futuro de la sociedad, incluso dentro del campo empresarial en donde la prioridad será siempre direccionada a los mejores talentos, es decir a los jóvenes profesionales más formados.

En el caso de los adolescentes, debemos señalar que este grupo social invierte la mayor parte de su tiempo en el uso de las pantallas, por ello resulta importante no solo la adquisición de conocimientos de cómo usar los dispositivos, también la comprensión de los contenidos e imágenes que se difunden en ellos (Caldeiro, 2013).

Un alumno que haya sido formado en competencias mediáticas deberá haber desarrollado capacidades y habilidades, que lo ayudarán a crecer en conocimiento intelectual y formación personal, además será capaz de crear diversos estilos de aprendizaje adaptándose siempre con facilidad a los nuevos cambios.

Ilustración 5. Capacidades de los alumnos

Cada alumno debe tener capacidades para lo siguiente:

- Solución de problemas y toma de decisiones.
- Pensamiento creativo crítico.
- Habilidades de colaboración, comunicación y negociación.
- Curiosidad intelectual, capacidad de buscar, seleccionar, estructurar y evaluar.
- Un aprendiz permanente, flexible y adaptable a su entorno (CISCO, 2009).

Fuente: Caldeiro, (2013)

Elaboración: propia

2.5. Educación mediática docentes.

Es indudable que con la integración de las TIC en la sociedad, el mundo de los docentes ha sido uno de los más resistentes al cambio que trajo este siglo, pues la modificación de sus prácticas didácticas; la integración de las nuevas tecnologías hicieron que el aula se convierta en un lugar abierto e interactivo con la apertura a una educación sin límites, es por ello que hoy los profesores deben ser capaces de adaptarse al continuo cambio de la realidad, tanto en el contenido como en la enseñanza y aún mejor en la forma de enseñar.

Los docentes se enfrentan a un gran reto pues para mantenerse dentro de su campo laboral deberán re diseñar sus estrategias de enseñanza y preparar su materia con ayuda de los recursos audiovisuales. Para estudiosos como (Fernández, 2012) los docentes capacitados para formar deben desarrollar ciertas competencias indispensables en un educador tales como:

Ilustración 6. Competencias docentes

- Poseer actitud crítica, constructiva y positiva.
- Saber cuáles son las posibilidades de las TIC para la práctica docente.
- Aplicar las TIC en el ámbito educativo ya sea en gestión, organización y enseñanza en el aula.
- Seleccionar, utilizar, diseñar y producir material didáctico que promueva la adquisición de mensajes significativos.
- Integrar en su planificación las TIC y el desarrollo de un curriculum como recurso didáctico mediador.
- Promover en los alumnos el uso de las TIC como fuente de información y vehículo de expresión de creaciones.

Fuente: Caldeiro (2013)

Elaboración: propia

Otros aspectos importantes dentro de la educación y formación de docentes considerados pilares del desarrollo mediático son:

2.5.1. Pedagogía

Se centra en la práctica instruccional de los docentes y en su conocimiento del plan de estudios, y requiere que los docentes desarrollen formas de aplicar las TICs en sus materias para hacer un uso efectivo de ellas como forma de apoyar y expandir el aprendizaje y la enseñanza.

2.5.2. Colaboración y trabajo en red

Hace hincapié en el potencial comunicativo de las TICs para extender el aprendizaje más allá de los límites del salón de clase, y en sus efectos sobre el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades en los docentes.

2.5.3. Aspectos sociales

La tecnología trae consigo nuevos derechos y responsabilidades, entre los que se incluyen el acceso igualitario a recursos tecnológicos, el cuidado de la salud de los individuos y el respeto de la propiedad intelectual; todas estas consideraciones se encuentran comprendidas dentro de los

2.5.4. Aspectos técnicos

Vinculados al área temática del Aprendizaje Permanente, en cuyo contexto los docentes deben actualizar sus conocimientos de hardware y software a medida que emergen nuevos desarrollos tecnológicos (UNESCO, 2004).

Ilustración 7. Modelos educativos

Modelo tradicional o clásico	Modelo tecnológico
<ol style="list-style-type: none">1.- El profesor como instructor.2.- Se pone el énfasis en la enseñanza.3.- Profesor aislado.4.- Suele aplicar los recursos sin diseñarlos.5.- Didáctica basada en la exposición y con carácter unidireccional.6.- Sólo la verdad y el acierto proporcionan aprendizaje.7.- Restringe la autonomía del alumno.8.- El uso de nuevas tecnologías está al margen de la programación.	<ol style="list-style-type: none">1.- El profesor como mediador.2.- Se pone el énfasis en el aprendizaje.3.- El profesor colabora con el equipo docente.4.- Diseña y gestiona sus propios recursos.5.- Didáctica basada en la investigación y con carácter bidireccional.6.- Utiliza el error como fuente de aprendizaje.7.- Fomenta la autonomía del alumno.8.- El uso de nuevas tecnologías está integrado en el currículum. El profesor tiene competencias básicas en TIC.

Fuente: Caldeiro (2013)
Elaboración: propia

Anteriormente los docentes tradicionales fomentaban la obediencia, sin embargo en la actualidad la educación 2.0 fomenta las habilidades creativas y de colaboración ya que el conocimiento está a sólo un clic de distancia.

2.6. Educación mediática padres.

El artículo publicado por la revista ecuatoriana VISTAZO, se describe la realidad que viven los jóvenes en la actualidad, viviendo sumergidos en el mundo de gobernante de las pantallas, para ello como un ejemplo nos indican como es el estilo de vida de un adolescente de 15 años:

Andrés, va a todos lados con su teléfono celular, casi nunca se quita los audífonos de su iPod y al regreso del colegio pasa la tarde en su habitación conectado a las redes sociales desde su computadora portátil (VISTAZO, 2014).

Por lo citado en el párrafo anterior vemos la clara necesidad de un control en cuanto al uso de recursos tecnológicos en el hogar, los padres de hoy deben estar bien informados, no solo en cómo usar técnicamente la tecnología, sino también están en la obligación de formarse mediáticamente en interpretación y lectura de los códigos audiovisuales.

En todo caso como muchos autores dirían nuevos roles y nuevos padres, afirmando que este también es el siglo de los nuevos padres, aquellos que rechazan todo tipo de autoridad militarista dentro de una educación llevada siempre en sentido vertical, para convertirse en padres con necesidad de vincularse a sus hijos ejerciendo su paternidad y maternidad dentro de la familia (Pérez, 2005).

Parte de este cambio en la relación familiar y educativa es la mediación o intervención de otra persona que puede ayudar ya sea al niño o adolescente a analizar los contenidos de los medios de comunicación, en concreto, aquellos contenidos con una significativa carga de basura cibernética.

Entendamos que la mediación de un adulto sea una figura paterna o un docente se vuelve fundamental a la hora de contrarrestar los posibles efectos negativos de los contenidos mediáticos con carga inservible, existen tres tipos de mediación parental que servirán para llevar un mejor control y aprendizaje en conjunto de las nuevas TIC (CISCO, 2009).

Ilustración 8. Mediación parental

Tipos de mediación parental:

- **Mediación restrictiva:** se establecen normas a la hora de usar las TIC, se determina el tiempo o tipos de programas, páginas o redes a las que pueden acceder.
- **Mediación evaluativa:** los padres discuten y critican los programas y contenidos con los niños.
- **Mediación des localizada:** los padres no realizan ningún comentario evaluativo de lo que se ve, no hay normas ni se justifican contenidos.

Fuente: Caldeiro (2013)

Elaboración: propia

El proceso de aprendizaje es para todos, el interés de los padres de este siglo por aprender a ser padres en un mundo que se transforma continuamente es lograr ser guías permitiendo el crecimiento de sus hijos a nivel moral e intelectual. Los progenitores de hoy se preparan en el conocimiento de los contenidos mediáticos, para enseñar a sus hijos a tener un sentido crítico ante los contenidos que ven. (VISTAZO, 2014)

2.7. Dimensiones de la competencia mediática.

Las dimensiones de las competencias mediáticas comprenden el estudio de un conjunto multifuncional de destrezas, habilidades y capacidades de una persona; el propósito es lograr un desarrollo pleno de actitudes en el individuo logrando su satisfacción personal y su inclusión en la sociedad informacional.

La alfabetización y la alfabetización mediática son elementales en el desarrollo de las dimensiones de las competencias mediáticas en: matemáticas, ciencia y tecnología TIC, uso de tecnología, aprender a aprender, habilidades sociales, espíritu emprendedor y la cultura general (Berbenau, Esteban, Gallego, & Rosales, 2011).

Para Ferrés la competencia en comunicación audiovisual se compone del dominio de conceptos y actitudes relacionados con seis dimensiones de la comunicación audiovisual, todas ellas planteadas desde una doble perspectiva, la primera es el análisis o capacidad del individuo de generar y argumentar con un criterio razonado y la segunda se entiende como la expresión examinando la habilidad que posee el hombre para interactuar con las pantallas y formar parte de la sociedad de la información en el proceso comunicativo.

2.7.1. Lenguaje.

Se basa en el análisis y estudio del conocimiento de cada individuo sobre los códigos del sistema lingüístico, lenguaje audiovisual y multimedia; en la capacidad de observación y discernimiento de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva del sentido y significación, de las estructuras narrativas, categorías y géneros. En esta dimensión se examinan las siguientes habilidades y capacidades:

Ámbito del análisis:

- Interpretar y valorar códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.
- Analizar y valorar mensajes desde la perspectiva del significado, sentido, estructuras narrativas, géneros y formatos.
- Comprender el flujo de historias e informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y medios de expresión.
- Establecer relaciones entre textos (intertextualidad), códigos y medios elaborando conocimientos abiertos e interrelacionados.

Ámbito de la expresión

- Expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y significación.
- Elegir distintos sistemas de representación y estilos en función del contenido a transmitir e interlocutor.
- Modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.

2.7.2. Tecnología

La presente dimensión examina y valora el conocimiento teórico que tiene un individuo sobre la función de las herramientas tecnológicas y su papel dentro de la comunicación audiovisual, para entender cómo se elaboran los mensajes a través de las TIC, se estudiará las siguientes capacidades:

Ámbito del análisis

- Comprender el valor de las tecnologías de la información y comunicación y sus posibles efectos.
- Interaccionar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.
- Actitud curiosa motivada para conocer y usar innovaciones tecnológicas de comunicación.

- Manejar las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.

Ámbito de la expresión

- Manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.
- Adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen.
- Elaborar y manipular imágenes y sonidos conociendo la construcción de representaciones de la realidad.

2.7.3. Procesos de recepción e interacción

Investiga y analiza la capacidad del individuo de reconocerse como receptor de información activo a partir del uso de las TIC, las cuales permiten en la actualidad la participación e interactividad, fomentando el desarrollo de la capacidad de valorar con criterio propio los símbolos emotivos y racionales que llegan a la audiencia y la valoración de los mensajes audiovisuales.

Ámbito del análisis

- Seleccionar, revisar y autoevaluar la propia dieta mediática, en función de criterios conscientes y razonables.
- Dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, qué satisfacen.
- Valorar los efectos cognitivos de las emociones, tomar conciencia de las ideas y valores asociados a personajes.
- Captar y gestionar la separación entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.
- Conocer la importancia del contexto en los procesos de recepción y de interacción.
- Conocer conceptos básicos de audiencia, sobre estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.
- Apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural.
- Gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para aprendizaje.

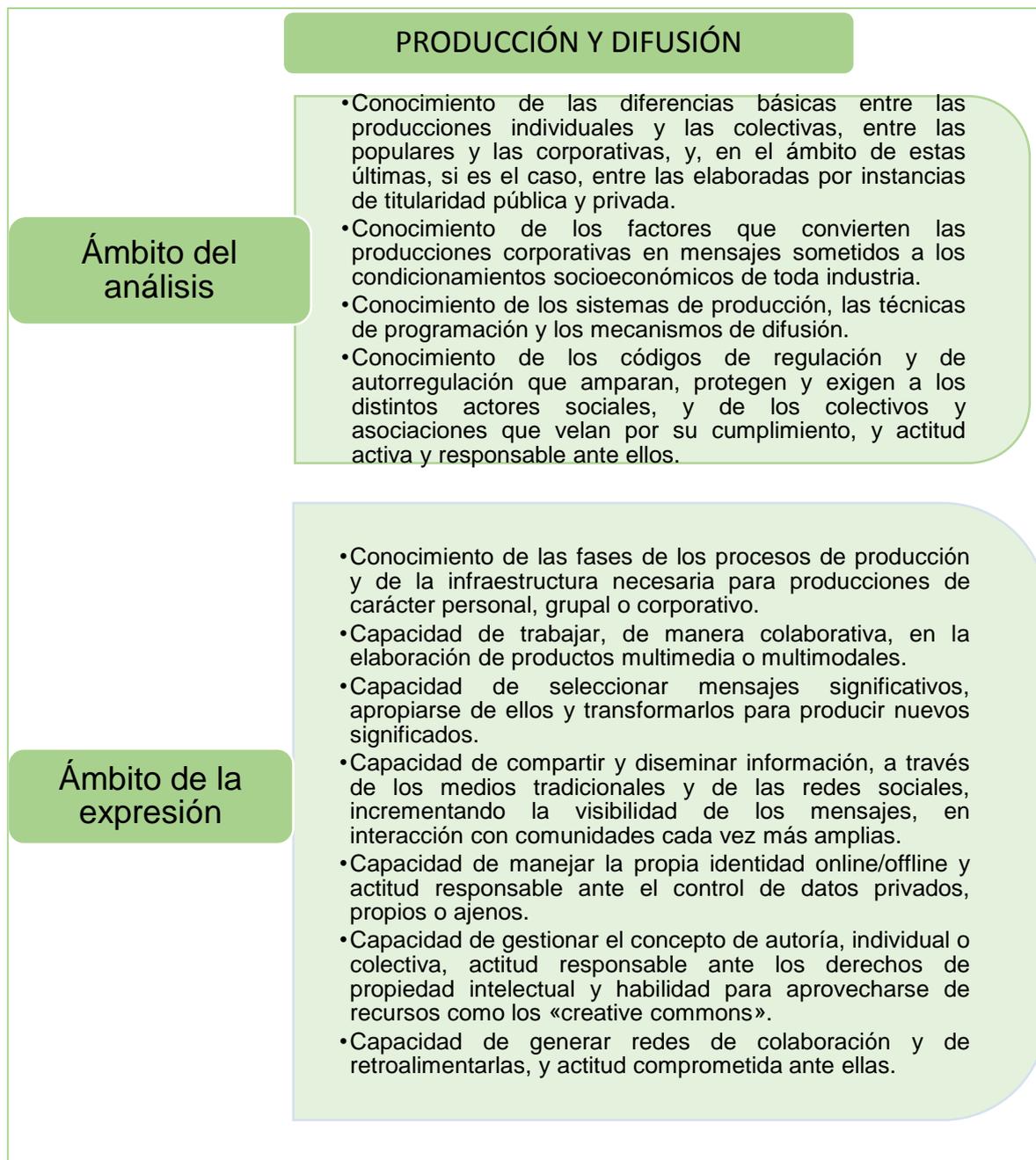
Ámbito de la expresión

- Actitud activa con las pantallas para construir una ciudadanía capaz de transformarse y transformar el entorno.

- Realizar un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas de las redes sociales.
- Interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos plurales y multiculturales.
- Conocer las normas legales de reclamación ante el incumplimiento en materia audiovisual y actitud responsable.

2.7.4. Producción y difusión

Esta dimensión analiza el conocimiento del individuo sobre las funciones que realizan los agentes de producción y las fases que componen cada uno de los procesos de producciones audiovisuales, además reflexiona sobre el alcance e impacto de los mensajes presentes en los nuevos entornos de comunicación.



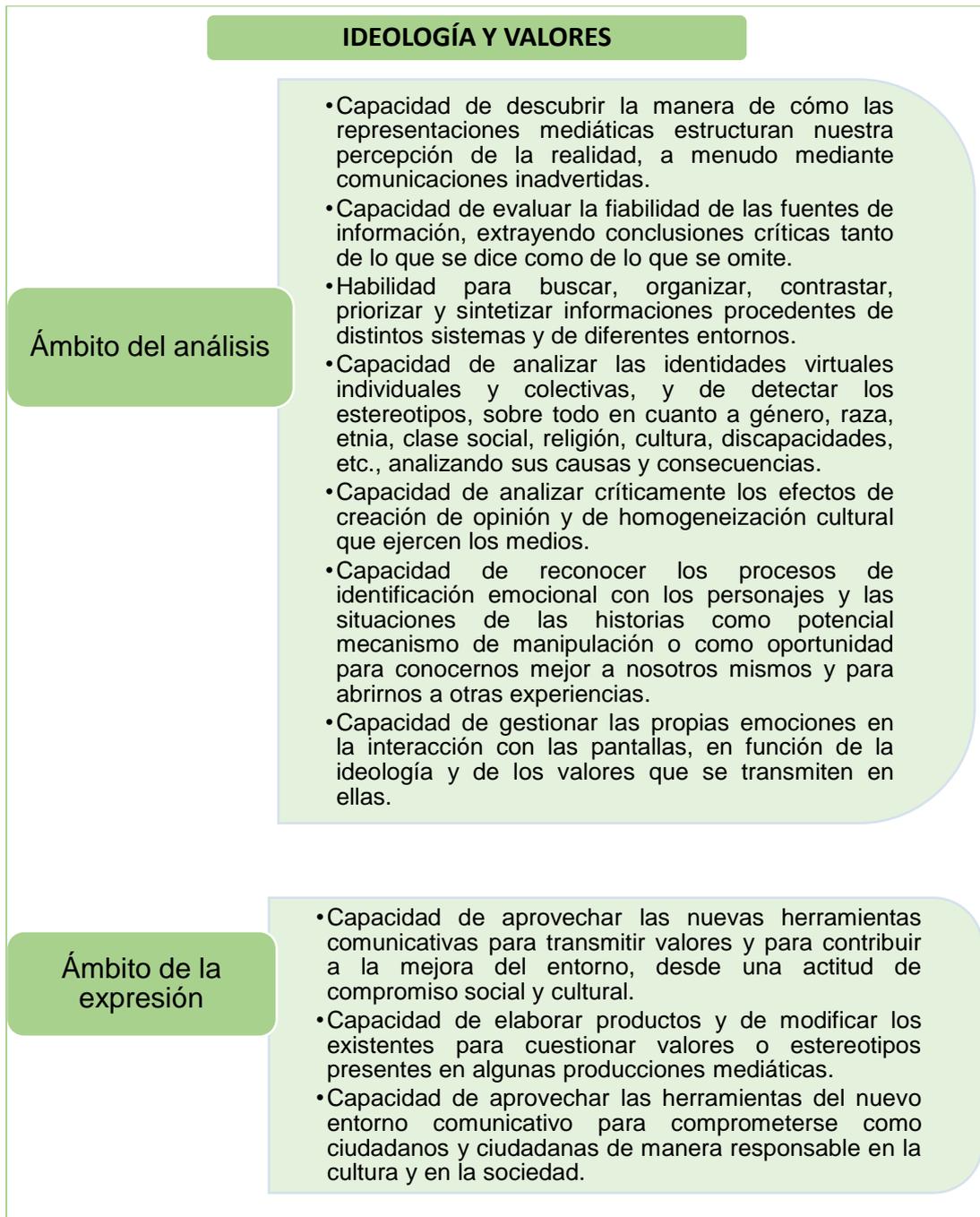
Cuadro 3. Producción y difusión

Fuente: Ferrés y Piscitelli, (2012).

Elaboración: propia

2.7.5. Ideología y valores

Dentro de esta dimensión se analiza ante todo la capacidad del individuo para realizar una lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales que recibe diariamente, en cuanto a representaciones de la realidad, frente a su propia ideología y valores.



Cuadro 4. Ideología y valores

Fuente: Ferrés y Piscitelli, (2012).

Elaboración: propia

2.7.6. Estética

Se basa principalmente en la capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista artístico de la innovación formal y temática. Se conoce dentro de esta dimensión cual es el grado de educación que tiene un individuo sobre el sentido estético de los contenidos audiovisuales que recibe diariamente.

ESTÉTICA

Ámbito del análisis

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

Ámbito de la expresión

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

Cuadro 5. Estética

Fuente: Ferrés y Piscitelli, (2012).

Elaboración: propia

3. METODOLOGÍA

3.1. Métodos Utilizados.

La metodología aplicada en la presente investigación se dividió en dos partes:

3.1.1. Recopilación de información bibliográfica.

Bibliográfica: es la investigación teórica de conceptos y definiciones afines al tema de competencias mediáticas utilizando recursos de búsqueda bibliográficos, revistas, textos, artículos científicos e Internet.

Analítica: esta parte consiste en recopilar todos los datos y analizar detenidamente cada uno de ellos haciendo una breve comparación de los resultados obtenidos con las teorías investigadas, con el propósito de confirmar las hipótesis planteadas.

Descriptiva: es el estudio descriptivo elaborado a través de la recolección de datos de la muestra seleccionada, este método nos ayuda a indagar y obtener conclusiones sobre el nivel de conocimiento de alumnos, docentes y padres de familia frente a las “competencias mediáticas audiovisuales”.

Deductiva: se guía en el estudio de normas conceptos o leyes propuestas, extrayendo propuestas aplicables a los casos de estudio planteados.

3.1.2. Investigación de Campo.

En el proceso de la investigación de campo se aplicó métodos de recolección de información como: encuestas vía online a través de una plataforma creada por la UTPL, el cuestionario lo resolvieron alumnos de décimo año de educación básica, primero, segundo y tercer año de bachillerato, asimismo participaron los docentes de los 5 colegios públicos de la ciudad de Zamora, la población total fue de 253 alumnos y 53 docentes, además de la realización de un grupo focal con la participación de 12 padres de familia.

Población y muestra: para obtener un resultado efectivo se tomó en consideración una muestra homogénea de participantes de los 5 colegios de la ciudad de Zamora es así que contamos con el apoyo de las siguientes instituciones: “12 de Febrero”, “Luis Felipe Borja”, “Madre Bernarda”, “San Francisco” y “Amazonas”.

Método cualitativo: consiste en la aplicación de cuestionarios sean elaborados en papel u online esta técnica es considerada efectiva al momento de obtener respuestas inmediatas de un tema de estudio. La muestra seleccionada para esta actividad contestó el cuestionario de competencias mediáticas vía online a través del siguiente enlace: <http://www.planesdocentesutpl.com/encuestas/index.php>, los participantes demoraron un periodo aproximado de 30 a 40 minutos en resolver cada cuestionario. Es necesario señalar que cada pregunta fue evaluada en base a criterios de valoración diseñados en conjunto con

los cuestionarios, de esta manera la escala de valoración fue la siguiente: 0 puntos equivale a una baja competencia, 1 punto equivale a una media competencia y 2 puntos equivale a una alta competencia.

El programa de estadística SPSS se usó como plataforma para ingresar los datos y realizar los gráficos y tablas.

Focus Group: es la observación y la conversación directa, la cual se realizó a un grupo específico de 12 padres de familia, tomando una muestra equitativa de 6 mujeres y 6 hombres, del colegio San Francisco de la ciudad de Zamora. La muestra seleccionada para esta técnica, durante el desarrollo de la actividad dio a conocer sus inquietudes y manifiestan su vínculo en lo que se refiere a la frecuencia de uso de nuevas tecnologías.

3.2. Diario de campo.

Semana de investigación y aplicación “Competencias Mediáticas”- Zamora

La dinámica para realizar esta actividad fue seleccionar grupos de estudiantes y docentes de cada uno de los 5 colegios existentes de la ciudad de Zamora, de la siguiente manera:

- 15 alumnos de cada nivel de educación: décimo año de educación básica, primero, segundo y tercer año de bachillerato; de los cuales, a 3 alumnos se les aplicó una encuesta desarrollada en seis módulos de 30 preguntas cada módulo sobre consumo cultural y a los 12 restantes se les aplicó la encuesta de competencias mediáticas audiovisuales.
- 12 profesores de los diferentes niveles de educación: décimo año de educación básica, primero, segundo y tercer año de bachillerato a los cuales se les aplicó la encuesta de competencias mediáticas audiovisuales.

<p style="text-align: center;">Diario de Campo– Zamora Investigación del desarrollo en “Competencias mediáticas” en estudiantes, docentes y padres de familia.</p>			
Día	Actividad	Hora Inicio/fin	Observaciones
<p>Día 1 Lunes, 21 de abril de 2014</p>	<p>Movilización Loja - Zamora</p>	<p>07h00 – 08h10</p>	
	<p>Aplicación de cuestionarios alumnos colegio Madre Bernarda</p> <p>Aplicación de encuestas alumnos del Colegio Amazonas</p>	<p>08h45 – 15h00</p> <p>16h00 – 19H00</p>	<p>El colegio no tiene sala de cómputo, por ello además de llevar computadoras y tablets del equipo de investigación, se utilizó un cyber ubicado frente al colegio llevando grupos de 8 estudiantes a cada hora, con el fin de optimizar el tiempo.</p> <p>La institución si tiene sala de cómputo pero sólo 5 computadoras funcionan correctamente, es por ello nos apoyamos en recursos tecnológicos propios para avanzar con la investigación, sin embargo la falta de conocimiento de los estudiantes en el tema de competencias provocó que nos demoremos más tiempo del que se tenía previsto.</p> <p>Un detalle importante en el colegio Amazonas es el bajo número de estudiantes, la máxima en décimo año es de 15 estudiantes y en tercer año de bachillerato un número máximo 7 a 8 alumnos, a ello añadimos que este colegio no tiene</p>

	Retorno a la ciudad de Loja	19h30 -20h45	<p>alumnos que participen en educación de segundo año de bachillerato.</p> <p>De toda la investigación este fue uno de los colegios con menor número de participantes en alumnos y docentes.</p>
Día 2 Martes, 22 de abril de 2014	Movilización Loja - Zamora	06h30 – 08h00	
	Aplicación de encuestas alumnos docentes del Colegio 12 de Febrero	08h00-13h00	<p>El colegio 12 de Febrero cuenta con una sala de computo que tiene 30 computadores, todas en perfecto funcionamiento y con acceso a internet, la ventaja de este colegio frente a los otros es que los alumnos se encuentran familiarizados con la tecnología al igual que sus docentes, esto permitió que el tiempo previsto para la realización de la encuesta reste al menos dos horas logrando finalizar a las 13h00 la aplicación total de los cuestionarios de investigación.</p>
	Aplicación de encuestas docentes del Colegio Madre Bernarda	13h15 – 15h00	<p>Se realizó la aplicación en la biblioteca de la institución en dónde apenas tienen 4 computadores así que se realizaron 3 grupos de 4 docentes para lograr completar la investigación con el número indicado de 12 docentes por institución.</p>
	Aplicación encuestas alumnos y docentes del	13h15- 16h00	<p>Se contó con una sala de cómputo de 15 computadores con acceso a red facilitando la investigación y</p>

	<p>colegio Luis Felipe Borja</p> <p>Aplicación encuestas docentes colegio Amazonas</p> <p>Retorno a la ciudad de Loja</p>	<p>16h00-20h00</p> <p>20h15 – 21h30</p>	<p>aplicación a los grupos de alumnos y docentes.</p> <p>Los docentes de esta institución desconocen varios términos utilizados en los cuestionarios, tienen muchas inquietudes en el tema de tecnología y algunos de ellos no pueden manejar un computador. Por ello consideramos que está es una institución que requiere información y generar talleres de formación a docentes en el tema de competencias mediáticas y uso básico del computador.</p>
<p>Día 3 Miércoles, 23 de Abril de 2014</p>	<p>Movilización Loja - Zamora</p> <p>Aplicación de encuestas a alumnos y docentes del Colegio San Francisco</p> <p>Retorno a la ciudad de Loja</p>	<p>08h30 – 10h00</p> <p>10h25 – 13h00</p> <p>17h00 – 18h15</p>	<p>El colegio San Francisco al igual que el colegio 12 de Febrero cuentan con salas de cómputo en excelente estado y de un número de 30 máquinas por laboratorio, está claro que los colegios con esta ventaja tecnología presentan alumnos con un mayor conocimiento en el manejo de competencias audiovisuales al igual que los docentes, permitiendo que el tiempo de respuesta sea aún más rápido en comparación a otras instituciones de la ciudad.</p>

Día 4 Miércoles, 30 de Abril de 2014	Movilización Loja - Zamora	08h00 – 09h30	
	Aplicación cuestionarios alumnos de tercer año de bachillerato y 3 docentes del colegios San Francisco	10h25 – 12h00	
	Preparación del coffe break	17h00- 17h30	
	Desarrollo del Focus Group con la participación de 12 padres de familia en grupos de género equitativo es decir 6 hombres y 6 mujeres.	18h15 – 19h15	<p>Con la colaboración constante de la directora de la institución se realizó el focus group, actividad que también fue dirigida por la directora de tesis de este proyecto Andrea Velázquez quién se involucró en este punto de la investigación como moderadora del grupo dirigiendo las preguntas respectivas.</p> <p>Concluida la investigación se entregó un presente a los participantes: 1 esfero, 1 libreta, 1 llavero, un bolso ecológico Utpl, y el cofre break.</p>
Retorno a la ciudad de Loja	19h30 – 20h45	Fin de actividades de la investigación de campo.	

Cuadro 6. Diario de campo
Elaboración: propia

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados estudiantes.

Los resultados presentados a continuación corresponden a tres dimensiones específicas estudiadas en este proyecto de tesis denominado “Competencias Mediáticas Audiovisuales en jóvenes, docentes y padres de familia de la ciudad de Zamora Chinchipe”, los campos de análisis son: producción y difusión; ideología y valores; y estética. Dichas dimensiones se analizaron según el documento base de estudio escrito por Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli sobre Competencias Mediáticas Audiovisuales y la comparación de las respuestas indicadas por los estudiantes de los colegios de la ciudad.

4.1.1. Datos sociodemográficos.

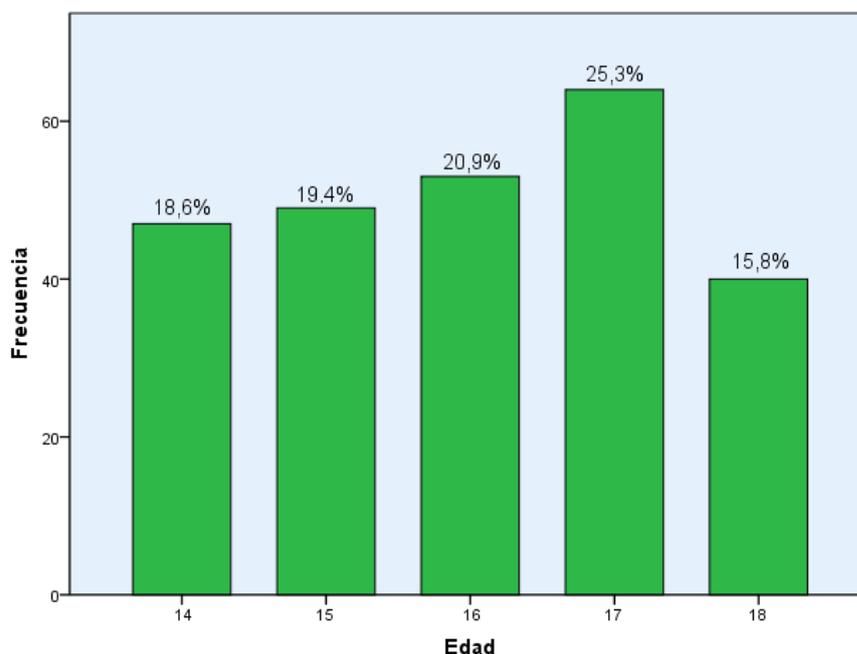


Gráfico 1. Edad

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Con un número de 253 estudiantes encuestados, podemos observar en el gráfico superior, que en lo referente a edad nos encontramos con grupos de edades desde: 14 años (47, el 18,6%), de 15 años (49, el 19,4 %), de 16 años (53, el 20,9%), de 17 años (64, el 25,3%) y finalmente el grupo de 18 años (40, el 15,8%). De los datos recopilados indicaremos que existe un grupo que representa mayor peso dentro de la muestra y es precisamente el de los alumnos de 17 y 18 años de edad que sumarían un 41% de la muestra total, lo que nos indica que estos jóvenes son los próximos a ingresar al mundo competitivo universitario.

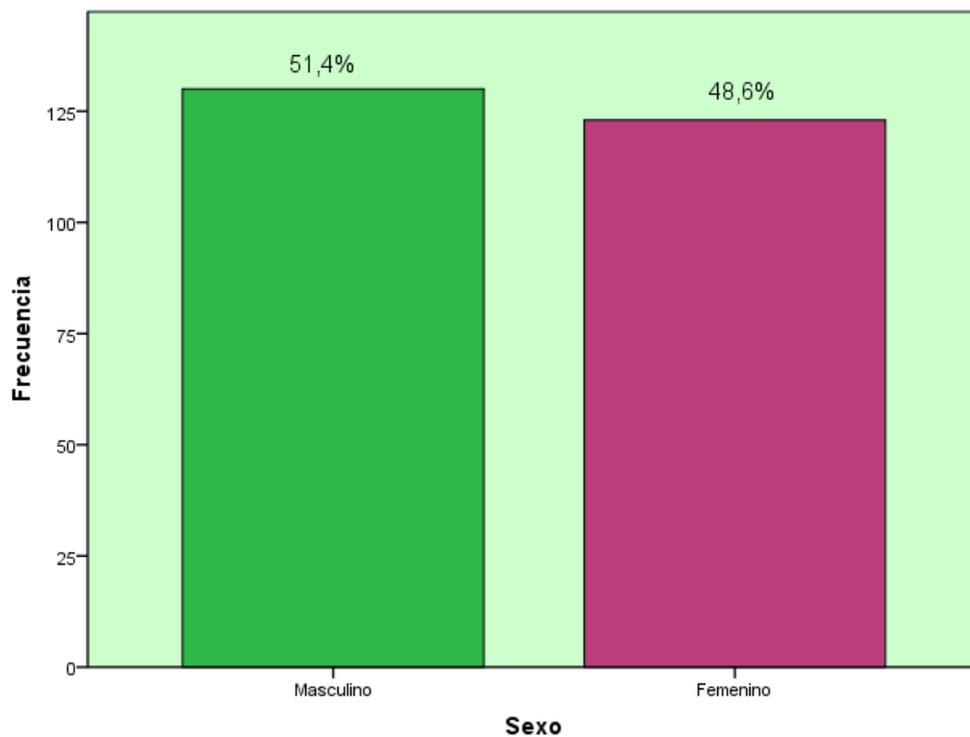


Gráfico 2. Sexo

Fuente: *estudiantes de los colegios seleccionados.*

Elaboración: *propia*

El presente gráfico nos presenta información referente al sexo femenino y masculino de los estudiantes, en este caso encontramos una ligera diferencia de mayoría entre los alumnos de sexo masculino ya que representan el 51,4% es decir de los 253 estudiantes un número de 130 alumnos en la ciudad de Zamora son varones, a diferencia del grupo femenino el cual se ve representado en un 48,6 % es decir 123 alumnas.

Pregunta 3._ ¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?

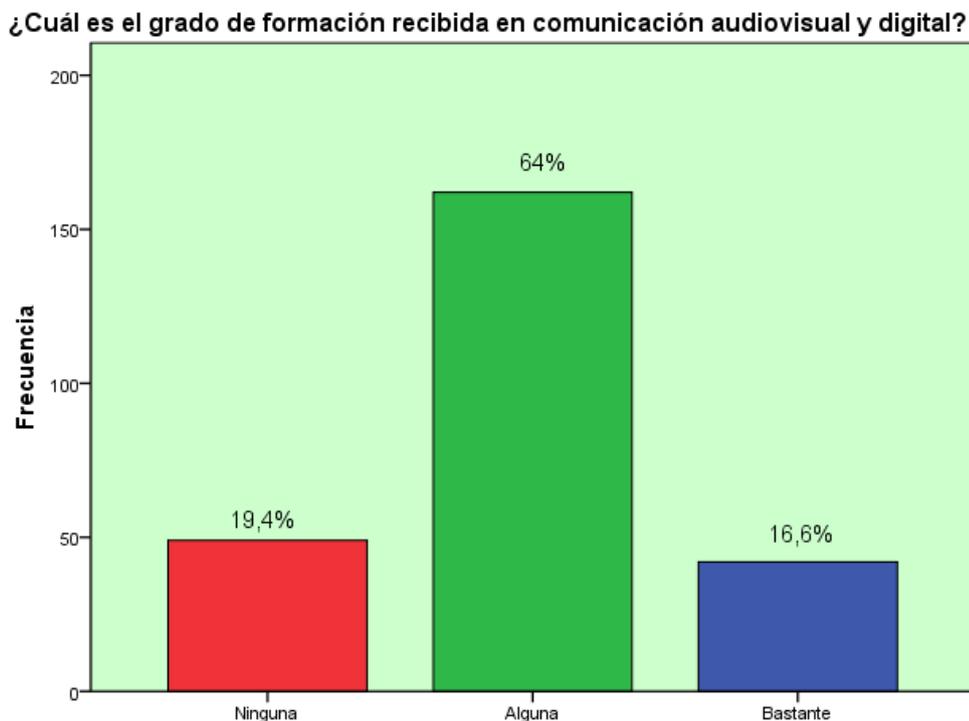


Gráfico 3. Formación en comunicación audiovisual

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados obtenidos en esta pregunta contestan de manera inmediata a una de las inquietudes planteadas en el desarrollo de esta investigación, partiendo de la pregunta misma ¿Cuál es el grado de comunicación audiovisual y digital adquirida?, en los datos presentados en el gráfico logramos observar que tan solo (42, el 16,6%) de los estudiantes son quienes consideran tener un nivel alto de formación en cuanto a competencias audiovisuales, sin embargo (162, el 64%) es decir la mayoría de los alumnos indican tener algún conocimiento de comunicación digital, no obstante vale recalcar en este punto que ese “algún conocimiento” se refiere tan solo al uso de las redes sociales; asimismo (49, el 19,4%) de los alumnos indican no tener ningún sobre comunicación audiovisual.

Finalmente podemos indicar que a pesar de que las políticas educativas de este país han cambiado, intentando priorizar la dotación de tecnología a los centros educativos, el avance a nivel de conocimiento y aplicación de métodos de enseñanza son obsoletos, de nada sirve la tecnología y las herramientas audiovisuales, ya que la falta de conocimiento e innovación en la educación se convierten en muros que impiden el paso al desarrollo.

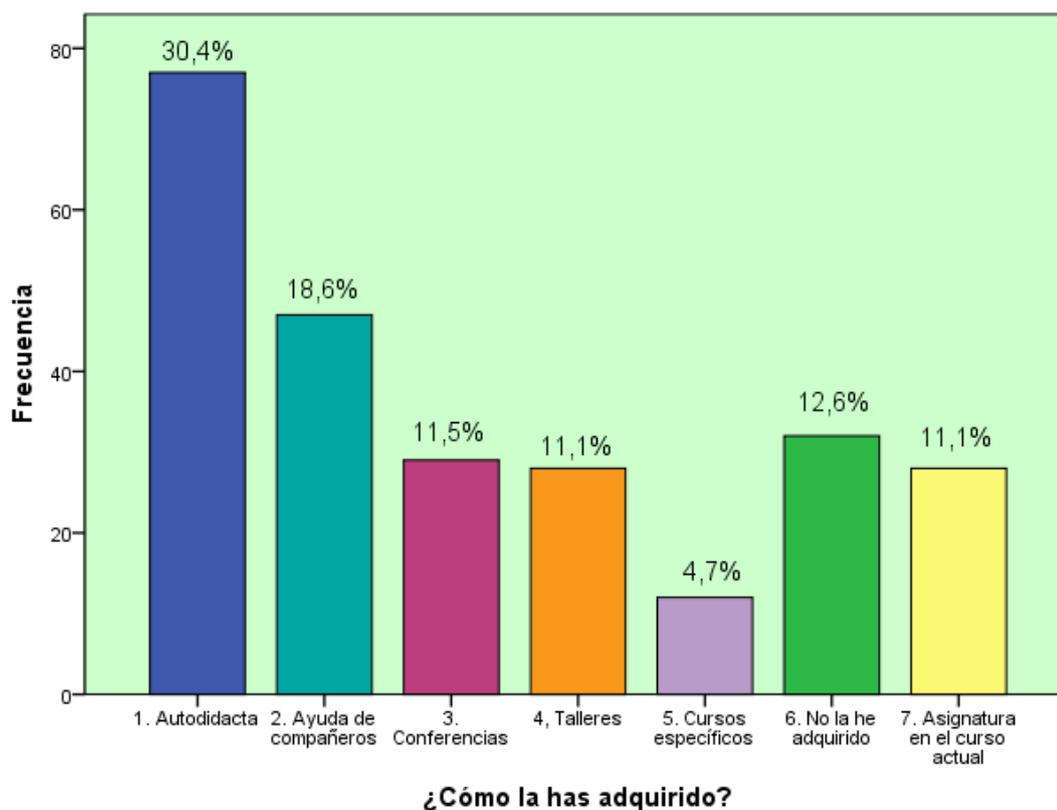


Gráfico 4. Como la has adquirido
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que de los 253 alumnos encuestados un número de 162 jóvenes los cuales representan el 64% tienen “alguna” formación en comunicación audiovisual y digital, misma que ha sido adquirida en su mayoría de manera autodidacta un 30,4%, luego por ayuda de compañeros un 18,6%, por apoyo de conferencias un 11,5%, talleres el 11,1%, gracias a cursos específicos un 4,7%, un 12,6% señaló que simplemente no ha adquirido ningún tipo de formación y finalmente un 11,1% indicó que conoce sobre comunicación digital porque tiene información en una asignatura del colegio.

Consideramos que los alumnos de hoy son parte de la comunidad N-GEN (generación de nativos digitales), es decir saben cómo usar técnicamente un dispositivo tecnológico y viven la mayor parte de su tiempo relacionados con las pantallas, pero la gran diferencia radica en aunque ellos digan tener algún conocimiento en TIC así como lo indica la encuesta, no han sido alfabetizados mediáticamente para formarse en interpretación y lectura de contenidos audiovisuales.

4.1.2. Producción y difusión – estudiantes.

La presente dimensión analiza cual es el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre los procesos de producción ya sea individual o colectiva de recursos mediáticos, además se encarga de verificar el grado de penetración en el conocimiento sobre las reformas de la ley de comunicación frente a las los contenidos presentados en los medios audiovisuales, se analizarán las preguntas: 17, 24 y 25.

Pregunta 17._ Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.

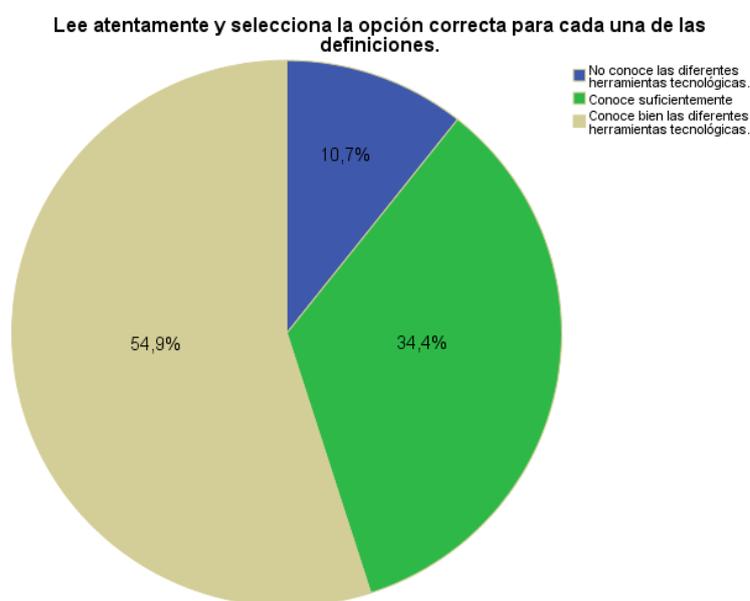


Gráfico 5. Comunicación audiovisual
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

En el gráfico se observa que el 54,9% de los estudiantes conocen bien e identifican las herramientas tecnológicas, un 34,4% conoce lo necesario y un 10,7% no tiene idea del significado de algunos términos utilizados en el ámbito de comunicación audiovisual.

Ante los resultados obtenidos podemos concluir que los estudiantes conocen el significado de algunos términos muy usados en el medio de comunicación audiovisual y digital como: cazador de tendencias, manager, guionista, camarógrafo, editor, escenógrafo y web master; estas palabras fueron ubicadas en el cuestionario y los alumnos lograron demostrar conocer muy bien el significado de cada una de las palabras, es por ello que de acuerdo a las dimensiones analizadas podemos destinar un nivel alto de competencia en la dimensión producción y difusión dentro del ámbito de la expresión demostrando: "Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para construir nuevos

mensajes”, además del conocimiento del papel de los profesionales de la producción mediática.

Pregunta 24._ Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes.

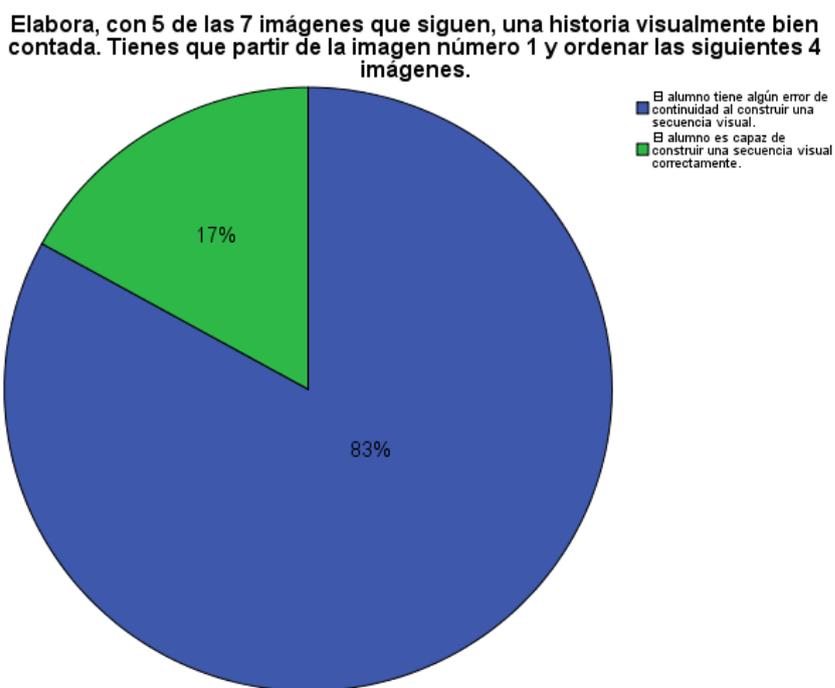


Gráfico 6. Orden de imágenes
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

El gráfico muestra que el 83% de los estudiantes es capaz de construir una secuencia de imágenes visual correctamente y un 17% un grupo minoritario de ellos presenta algún error de continuidad al momento de construir una secuencia visual.

La pregunta presentó varias imágenes con personajes representando diversas situaciones el trabajo de los alumnos consistió en dar una numeración correcta que de sentido secuencial a los gráficos presentados, dado el resultado podemos concluir que los estudiantes lograron obtener el resultado esperado, ellos poseen gusto estético y saben ordenar de manera correcta la secuencia de imágenes logrando construir una historia a través de imágenes, es por ello que de acuerdo a las dimensiones analizadas podemos destinar un nivel alto de competencia demostrando así que existe la capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos para transformarlos y producir nuevos significados.

Pregunta 25._ Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.

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

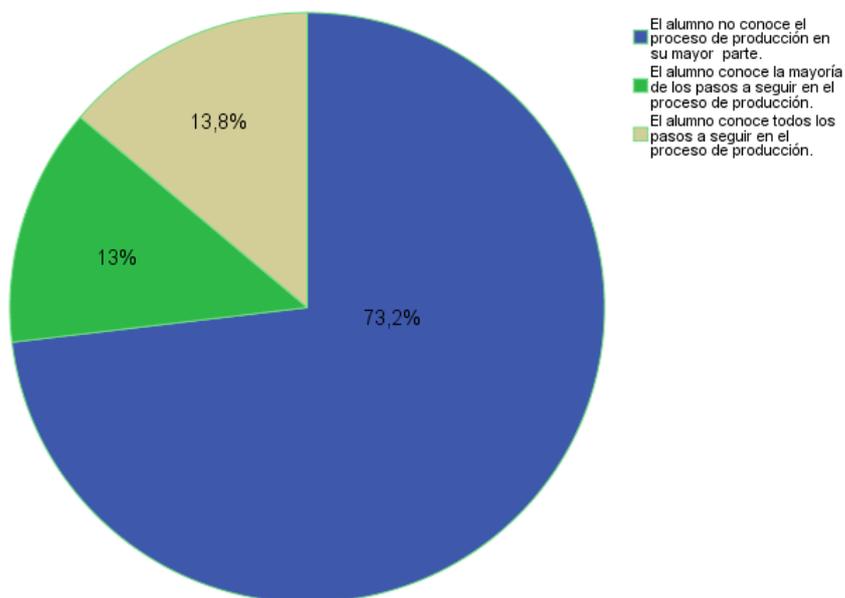


Gráfico 7. Secuencia de imágenes

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el siguiente gráfico se muestra que el 73,2% de los estudiantes no conoce cuál es el proceso de producción en la realización de un video, un 13,8% conocen todos los pasos necesarios y ordenados para realizar un producto audiovisual y un 13% conoce la mayoría de los pasos a seguir en una producción.

La capacidad limitada en el uso de nuevas tecnologías de parte de quienes ejercen la docencia dentro de las aulas es una de las principales razones por las que los alumnos no se interesan ni saben distinguir cuáles son los pasos a seguir dentro de los procesos de producción de un producto audiovisual; es por ello que dentro de los resultados obtenidos en esta interrogante nos hemos encontrado con un nivel muy bajo de conocimiento en producciones de carácter personal.

4.1.3. Ideología y valores.

Con esta dimensión se pretende evaluar la capacidad de los estudiantes para reflexionar y generar opinión haciendo una breve comparación de sus valores frente a los que enseñan los medios audiovisuales y a su vez la capacidad de seducción emocional de estos mismos. Esta dimensión se compone de las siguientes preguntas: 8, 9, 9.1, 13, 13.1, 19, 21, 26, 27, 27.1, 29 y 30.

Pregunta 8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?

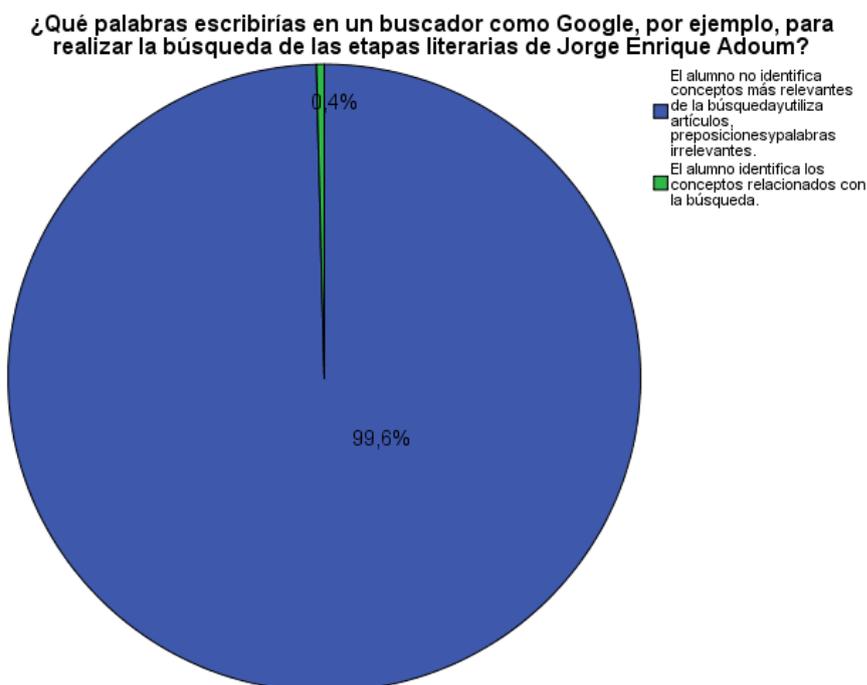


Gráfico 8. Palabras de búsqueda

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

El gráfico muestra que el 99,6% de los estudiantes no es capaz de identificar conceptos relevantes de búsqueda y hace uso de preposiciones o palabras no indicadas al momento de su investigación, apenas un 0,4% de ellos es capaz y logra identificar conceptos relacionados con la búsqueda.

Se puede observar en los porcentajes un nivel bajo de conocimiento en lo que refiere a uso de buscadores fiables, los estudiantes no tienen habilidad para buscar información procedente de distintos sistemas y de diferentes entornos. La opinión de factor común entre ellos es que al momento de investigar lo primero que hacen es tomar la primera respuesta que ofrece el buscador, luego copiar, pegar y presentar; por finalmente obtener un 20.

Respecto de esta interrogante un padre de familia, participante del grupo focal indicó “Sí, efectivamente, mi hijo coge y pega; bueno creo que ahí también tenemos parte nosotros como padres que no les estamos preguntando, no nos estamos preocupando enseñándoles de cómo debería ser una verdadera investigación, también que aquí en el colegio no les orientan en ese sentido”. (José, focus group realizado en el colegio San Francisco de Zamora, 18 de abril 2014).

Efectivamente así como lo indica el padre de familia, un joven no solamente es orientado en el colegio, también es alumno en su hogar y la responsabilidad de su educación es compartida entre el padre y el profesor, estas dos figuras serán las mentoras del crecimiento y avance educativo. Por un lado el docente debe estar continuamente formándose y especializando en los temas de actualidad relacionados no solo a tecnología, también en las nuevas ideologías crecientes dentro del mundo juvenil y por otro el padre de familia se convierte en un vigilante continuo del tipo de información que está consumiendo su hijo.

Por otra parte aquí se mide también la calidad de contenidos que aceptan y aprueban los docentes y autoridades de una institución, el joven se adapta fácilmente y toma por costumbre un hábito que realiza con frecuencia pero que está mal, este sería el caso de las tareas que se presentan como copia y pega directa de una páginas Web, los adultos responsables de formar deberían demostrar en clases prácticas como se realiza una búsqueda efectiva con un contraste de fuentes y gráficos de calidad.

Pregunta 9._ Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante.

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

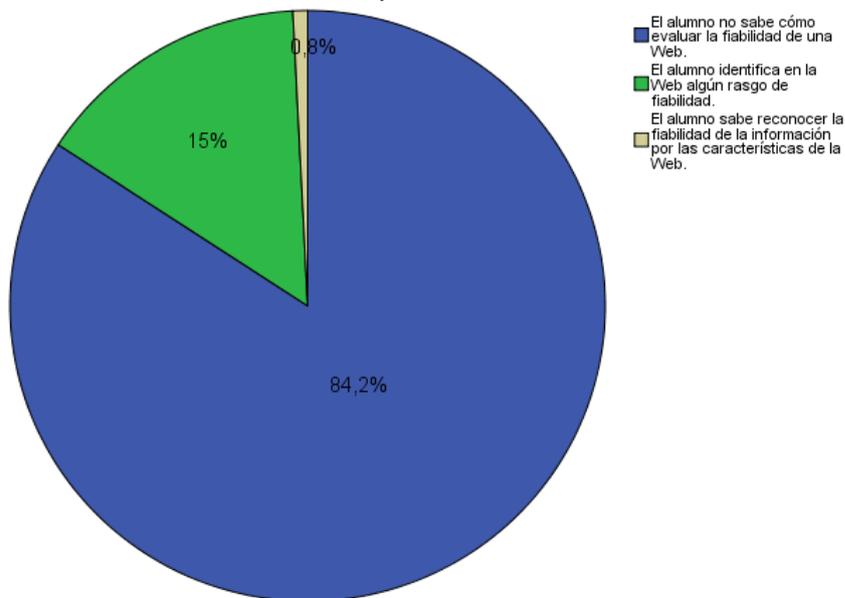


Gráfico 9. Orden de importancia de páginas
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

En el gráfico se presenta que un 84,2% de los estudiantes que es la mayoría, no sabe cómo debe evaluar la fiabilidad de una página web, un 15% de ellos logran identificar algún riesgo en la web y apenas el 0,8% conoce la fiabilidad de la información de una página y logra determinar eso por la características de la web.

Los porcentajes indican un nivel bajo de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando que los estudiantes no saben evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite, su investigación se basa en tomar como resultado absoluto a la primera respuesta que aparece en pantalla luego del enter, lo cual deja ver que el estudiante en su comodidad no investiga otras posibilidades para contrastar la información que ha obtenido.

Pregunta 9.1_ ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?

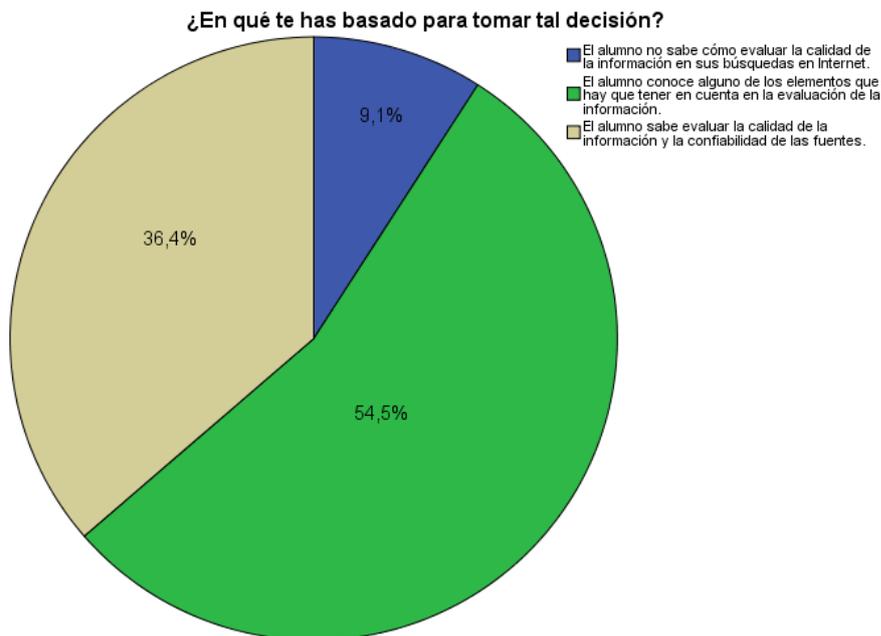


Gráfico 10. Razón de decisión

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico se muestra que un 54,5% de los estudiantes representando la mayoría, conoce algunos de los elementos necesarios que se debe tener en cuenta al momento de obtener información de una página, el 36% de ellos sabe evaluar la información y confiabilidad de las fuentes y apenas el 9,1% de ellos no sabe cómo debe evaluar la fiabilidad de sus búsquedas en internet.

Los porcentajes indican un nivel alto de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando en el ámbito de análisis que los estudiantes tienen la capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información.

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

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

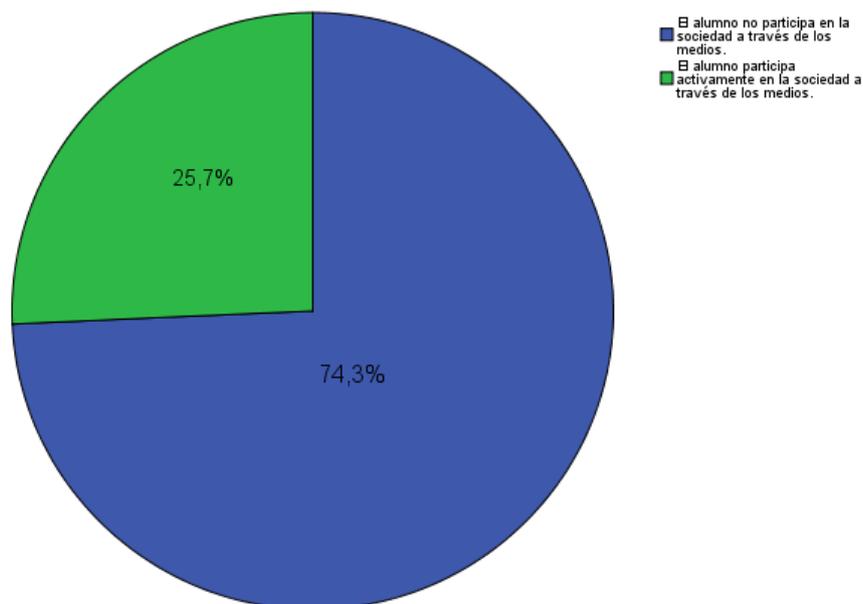


Gráfico 11. Participación en temas sociales
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

En el gráfico se muestra que un 74,3 % de los estudiantes no participa en la sociedad a través de los medios y un el 25,7 % se puede considerar como un grupo activo que participa constantemente interactuando con la sociedad a través de los medios.

En esta pregunta se encuentra un nivel bajo de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando en el ámbito de análisis que los estudiantes carecen de la 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.

Pese a que la vigente ley de comunicación del Ecuador en su Art.38._ sobre Participación Ciudadana respalda la integración de los ciudadanos indicando que “La ciudadanía tiene derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la

comunicación por parte de cualquier medio de comunicación” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p.18).

Tenemos una ley que incentiva la participación activa de los ciudadanos, sin embargo muchos de los participantes de esta investigación prefieren mantenerse al margen y en la puerta de entrada, con temor a dar un paso dentro del conocimiento real y positivo.

Pregunta 13.1_ ¿Cómo participas en dichos temas?

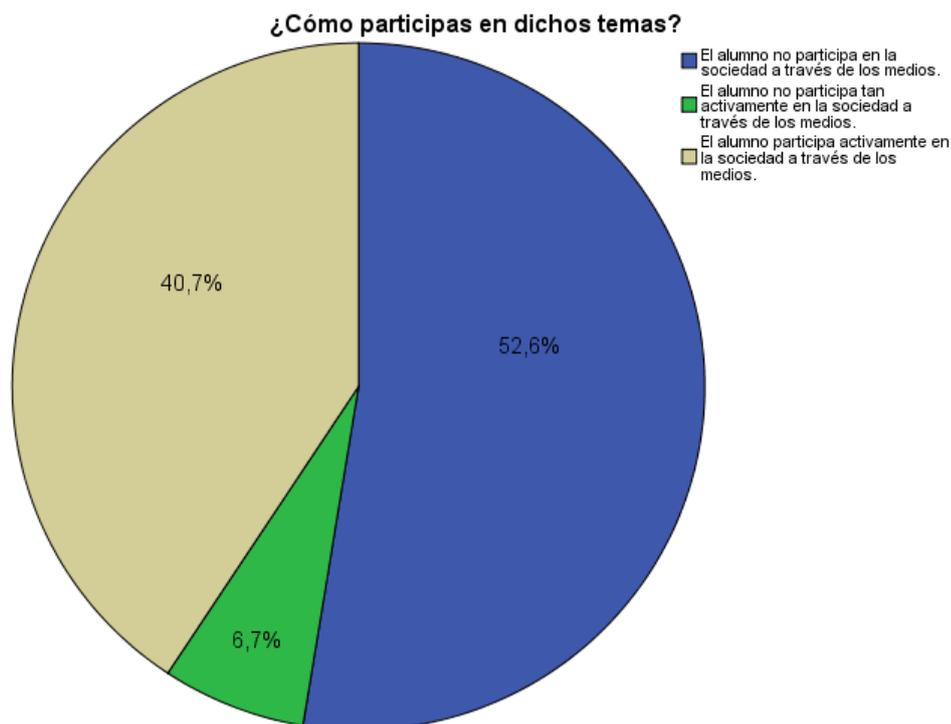


Gráfico 12. Participación social

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico muestra que un 52,6% de los estudiantes no participa en la sociedad a través de los medios, el 6,7% no participa tan activamente y el 40,7% es un grupo activo que participa constantemente interactuando con la sociedad a través de los medios.

Se ha encontrado un nivel bajo de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando en el ámbito de análisis que los estudiantes no tienen la capacidad ni el interés de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo.

Pregunta 19._ Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

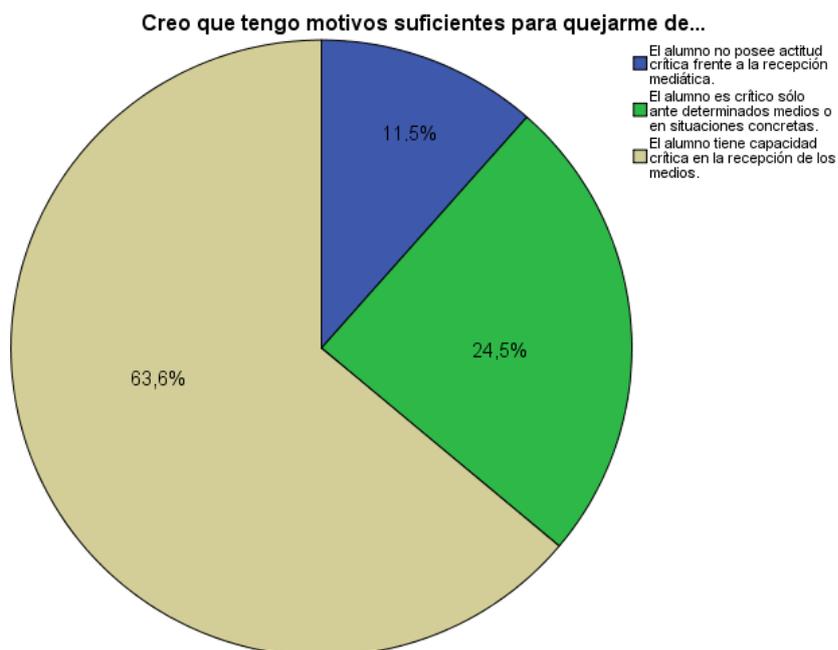


Gráfico 13. Motivos de queja social

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

El 63,6% de los estudiantes presentan una capacidad crítica en la recepción de los mensajes emitidos por los medios de comunicación, un 24,5% de ellos es crítico solo ante determinados medios y un 11, 5% no posee actitud crítica ante la recepción mediática.

Queda demostrado que los estudiantes conocen y critican los mensajes de los medios, además saben analizar los efectos de opinión que ejercen los medios digitales, cabe destacar que entre los motivos indicados por los jóvenes como propios para generar una queja están: las campañas políticas realizadas por el gobierno y toda la publicidad engañosa, está última refiriéndose a las campañas de productos o vestimenta que hacen uso de la imagen de modelos extranjeros vendiendo e introduciendo en la mente del joven un estereotipo a seguir con ideales muy diferentes.

Pregunta 21._ ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?

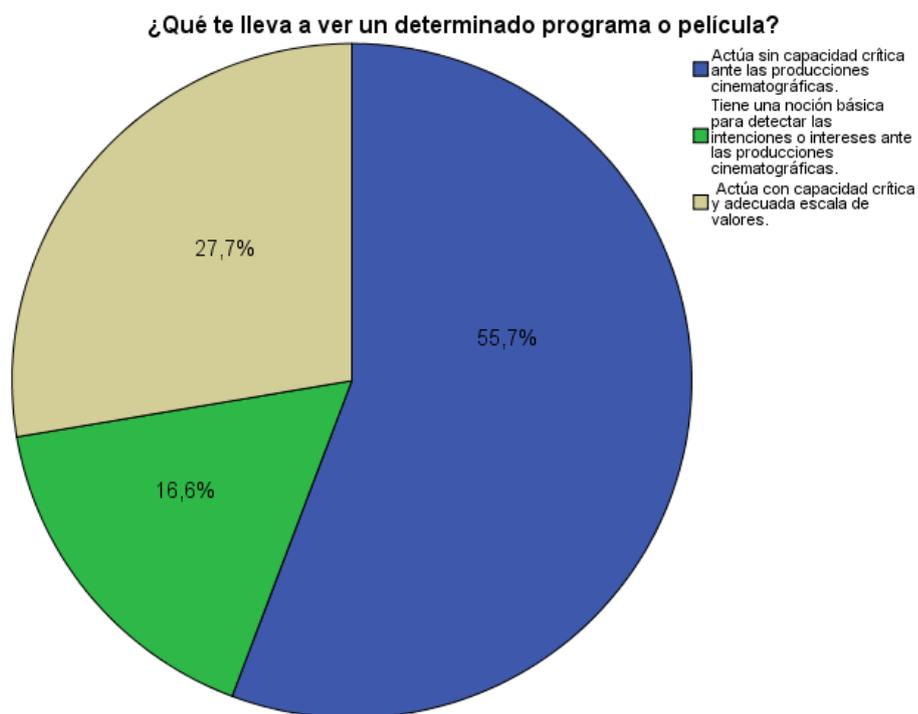


Gráfico 14. Razón para ver un programa

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico muestra que un 55,7% de los estudiantes actúa sin capacidad crítica frente a las producciones cinematográficas, el 27,7% de ellos tienen una noción básica para identificar las intenciones o intereses de una producción y el 16,6% actúa con capacidad crítica ante las diferentes producciones.

Los resultados indican un nivel bajo de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando en el ámbito de análisis que los estudiantes no pueden 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.

Pregunta 26. _ ¿Utilizas en tus trabajos recursos Creative Commons?

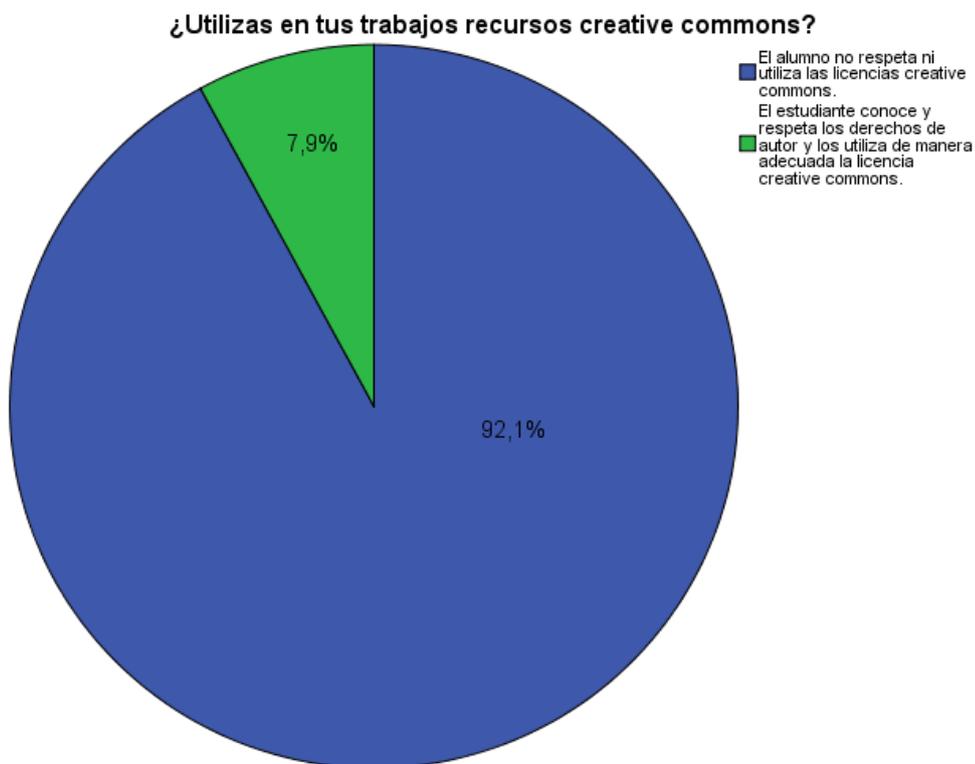


Gráfico 15. Creative Commons
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

En el gráfico muestra que un 92,1% de los estudiantes no respeta, ni reconoce la utilidad de las licencias Creative Commons y apenas el 7,9% conoce y utiliza de manera adecuada esta licencia.

Se ha destinado un nivel bajo de competencia en la dimensión de ideología y valores; demostrando en el ámbito de análisis que los estudiantes no tienen una actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.

Pregunta 26. _ ¿Cuál es el anuncio publicitario que más recuerdas y por qué crees que recuerdas este anuncio?

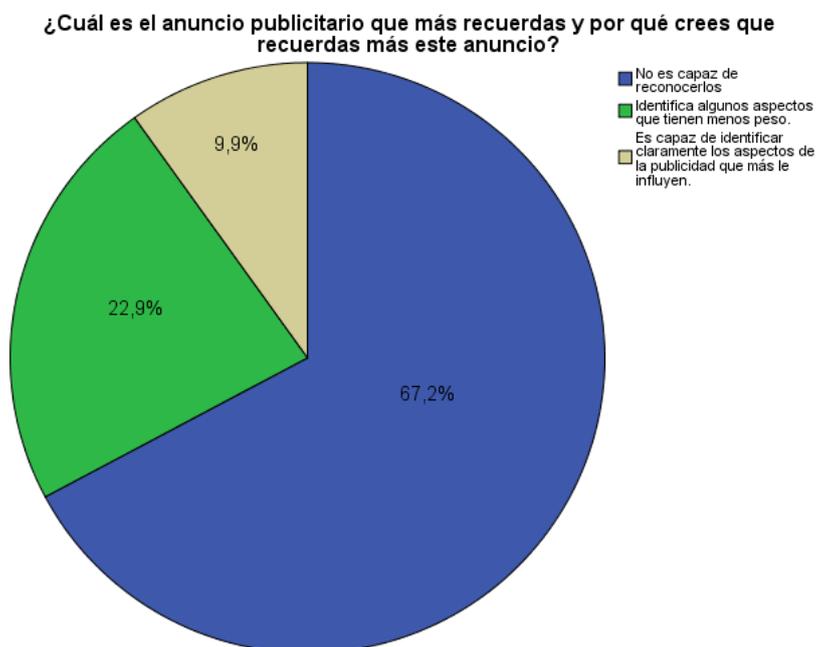


Gráfico 16. Motivo de selección de publicidad

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico muestra que un 67,2% de los estudiantes no reconoce un anuncio publicitario, el 22,9% identifica algunos mensajes con menor significado y el 9,9% es capaz de identificar con claridad cuáles son los mensajes de publicidad que influyen significativamente en su personalidad. El nivel de esta pregunta es relativamente bajo en la competencia de Ideología y Valores ya que los estudiantes no tienen la capacidad de descubrir la manera como las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.

Así también nos muestran que un 40% de los estudiantes encuestados recuerda con claridad anuncios de publicidad de Coca Cola, un segundo grupo el 20% tiene presente a la publicidad de celulares y telefonía móvil “Claro”, un 10% atribuye sus recuerdos de publicidad de Colgate, un 10% a bebidas como: Pulp, Fanta, Gatorade, otro 10% menciona anuncios publicitarios de la localidad como invitaciones a eventos, en este caso uno de los más nombrados ha sido “Invitación a un circo de la localidad”, y finalmente otro 10% atribuye a frases sin sentido demostrando claramente que no conocen ni saben diferenciar que es una publicidad. Los alumnos se dejan guiar por aquella publicidad que tiene mayor presencia en el mercado, es decir los productos que ellos recordaron son aquellos más vendidos por tradición y por trayectoria.

Pregunta 29_ Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite

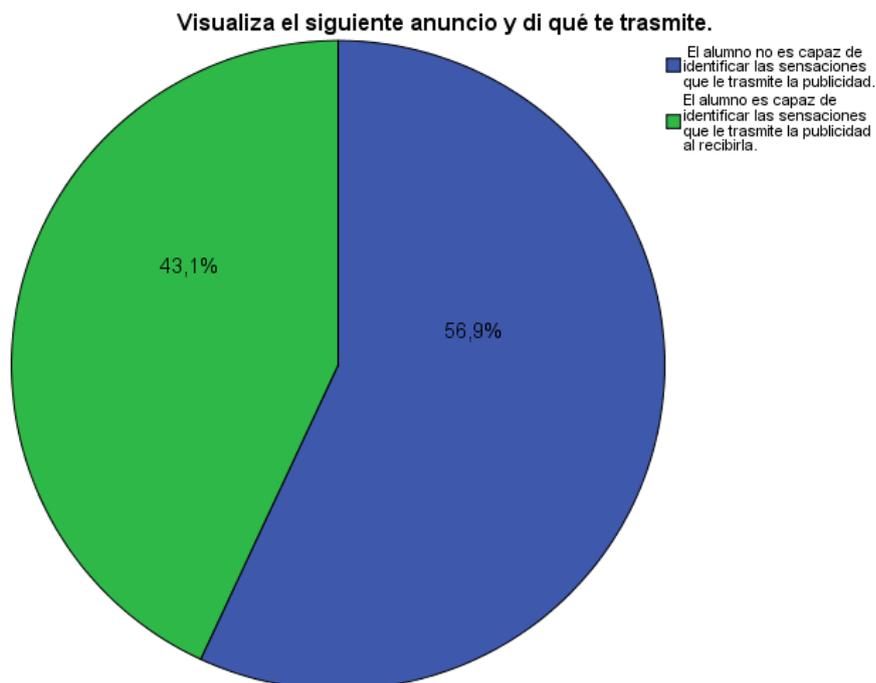


Gráfico 17. Anuncios publicitarios y mensajes que transmiten

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico se muestra que un 56,9% de los estudiantes no es capaz de identificar las sensaciones que trasmite la publicidad y un 43,1% de ellos logra detectar cuales son las emociones que despierta una publicidad al momento de recibirla.

Esta pregunta nos presenta un nivel bajo de competencia demostrando que los estudiantes carecen de capacidad para 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. Podemos añadir que en nuestra sociedad no existe la cultura de analizar los productos publicitarios, es fácil que un joven se deje guiar por una idea publicitaria que sea aparentemente agradable.

En la calle a diario nos encontramos con carteles, cuando vamos en un bus escuchamos comerciales llenos de publicidad y al llegar a casa frente al televisor observamos aún más publicidad, más el valor de lo que implica vivir rodeado en un mundo publicitarios, es la pérdida de valores, costumbres y tradiciones; el hombre se acomoda en adquirir lo aparentemente necesario, es por ello que hoy en día no podemos negar la influencia de la publicidad en nuestras vidas, al mirarnos como vestimos, lo que comemos, lo que anhelamos, todo es producto de la influencia publicitaria.

Pregunta 30._ Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.

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

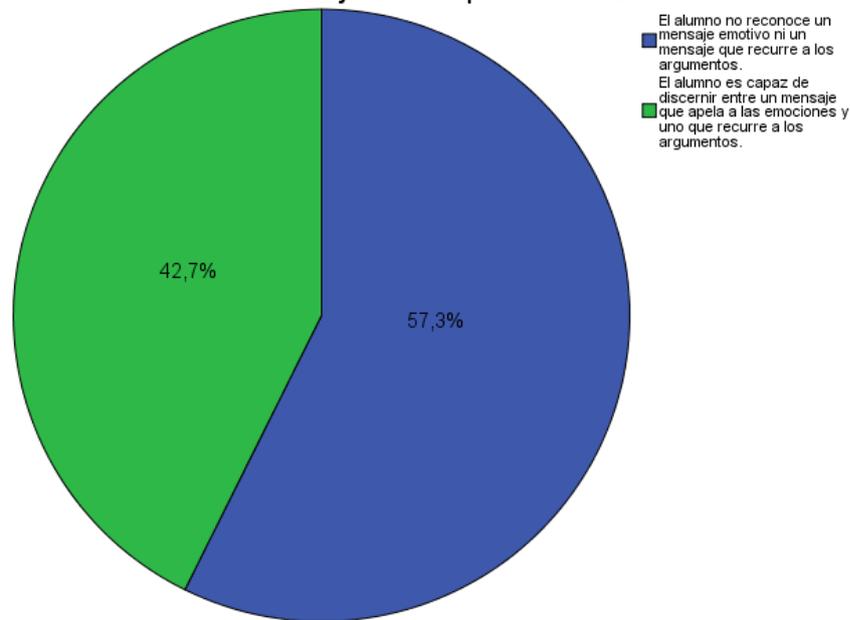


Gráfico 18. Anuncios y emociones

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

En el gráfico muestra que un 57,3 % de los estudiantes no reconoce cuando un mensaje es emotivo ni los argumentos incluidos dentro del mensajes y un 42,7% logra discernir entre un mensaje que apela a las emociones y uno que recurre a los argumentos.

En esta pregunta se encuentra un nivel bajo de competencia en el ámbito de análisis ya que los estudiantes no tienen la 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.

4.1.4. Estética.

Esta dimensión estudia principalmente la capacidad del estudiante para analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista artístico de la innovación formal y temática. Las preguntas a analizar son: 16, 22, 28 y 28.1.

Pregunta 16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película? Puedes señalar todas las opciones que creas adecuadas.

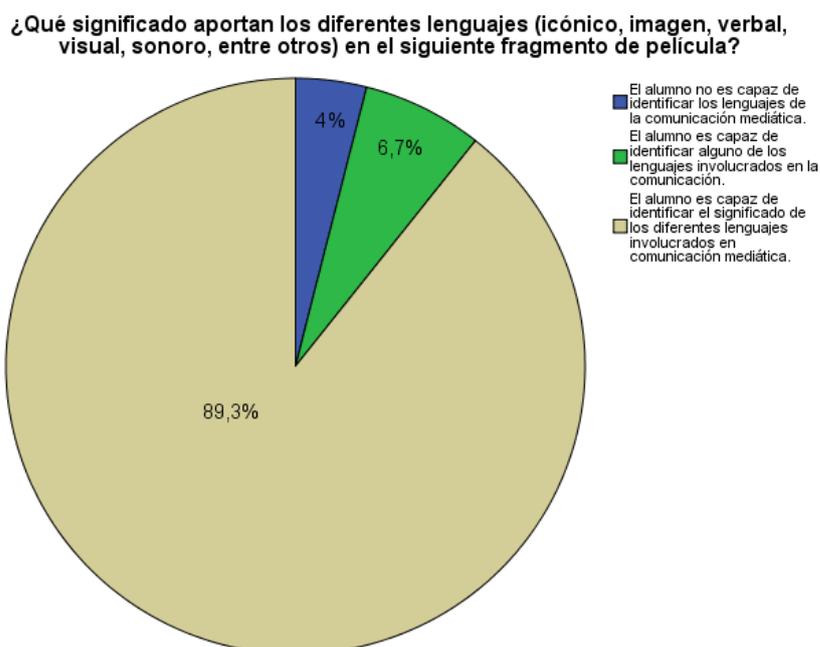


Gráfico 19. Significado de lenguajes

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

El gráfico muestra que un 89,3% de los estudiantes es capaz de identificar los mensajes en los diferentes lenguajes introducidos en la comunicación mediática, un 6,7% de ellos identifica los mensajes y términos usados de una manera básica y apenas el 4% de ellos no es capaz de identificar los diferentes tipos de lenguaje utilizados.

En esta pregunta se encuentra un nivel alto de competencia en el ámbito de la expresión ya que los estudiantes poseen sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.

Pregunta 22._ Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante. Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla.

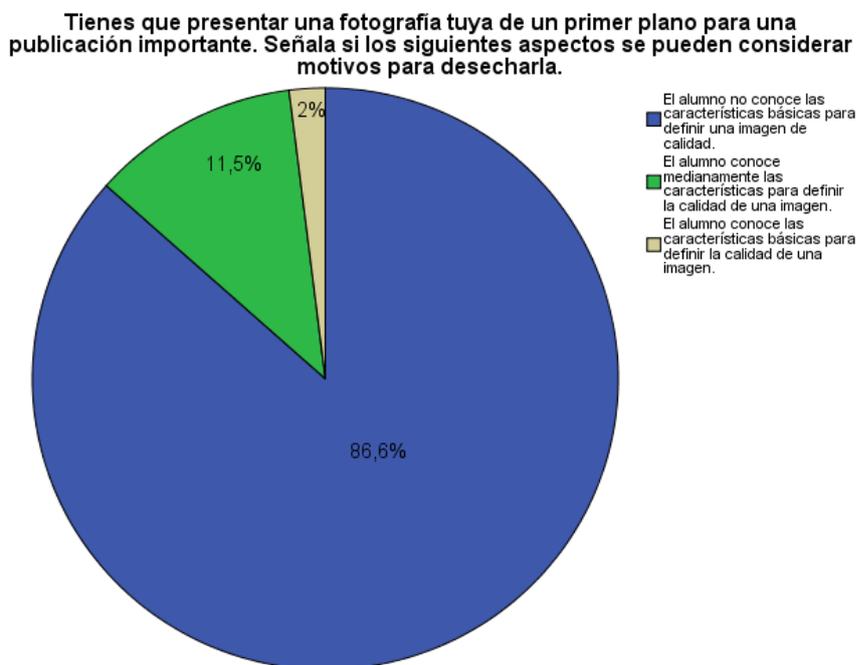


Gráfico 20. Conocimiento estético
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 86,6% de los estudiantes no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad, el 11,5% de ellos conoce medianamente las normas de calidad de una imagen y el 2% identifica con seguridad las características idóneas que debe tener una imagen de calidad.

La mayoría de los estudiantes no tiene formación en cuanto a calidad y gusto estético en productos audiovisuales, esto se debe a su condición de analfabetos digitales pues al no lograr analizar o leer una imagen, tampoco pueden distinguir si un producto requerido bajo exigencias mínimas de calidad estética pueda estar bien o mal. La costumbre de obtener y aceptar con facilidad cualquier producto audiovisual aunque este sea de pésima calidad, el joven debe ser un individuo formado en lectura de lenguaje, contenido y estética audiovisual, para que se pueda considerar un punto competitivo dentro del desarrollo de la nueva era.

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

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

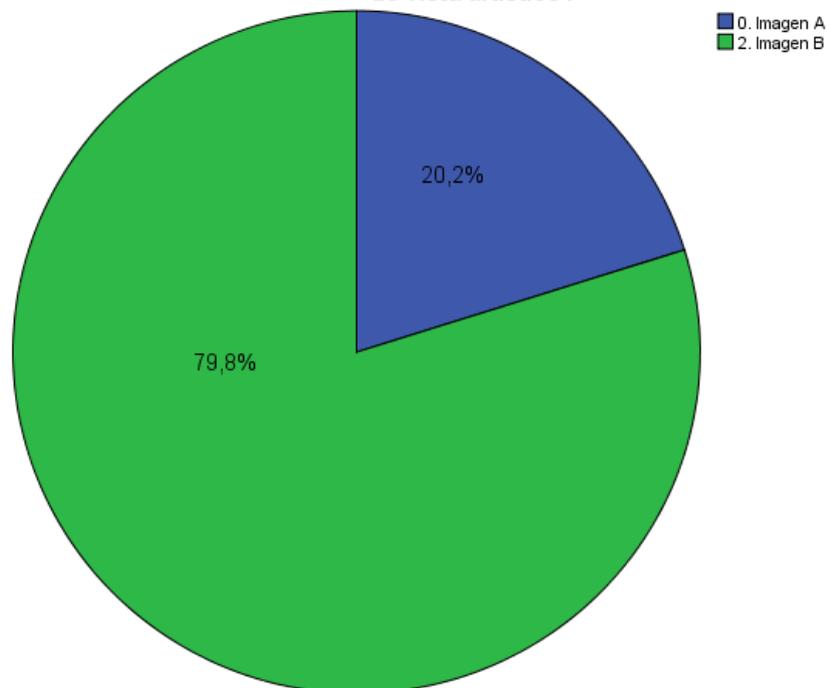


Gráfico 21. Anuncio de bebidas

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 79,8% de los estudiantes escogió la imagen correcta, en este caso la imagen “B” y un 20, 2% de ellos escogieron la imagen “A”.

En esta pregunta se presentó dos imágenes de anuncios publicitarios de bebidas, la primera la imagen correcta es la “B” representando a una publicidad de la bebida gaseosa “Fanta” y la segunda imagen “A”, se presentó la publicidad de la bebida gaseosa “Inca Cola”, dado que el 79,8% de los alumnos escogió la imagen que presentaba mejor composición estética, se encontró un nivel alto de competencia en la dimensión de estética demostrando que los estudiantes poseen sensibilidad para reconocer una producción mediática que se adecue a exigencias mínimas de calidad estética.

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

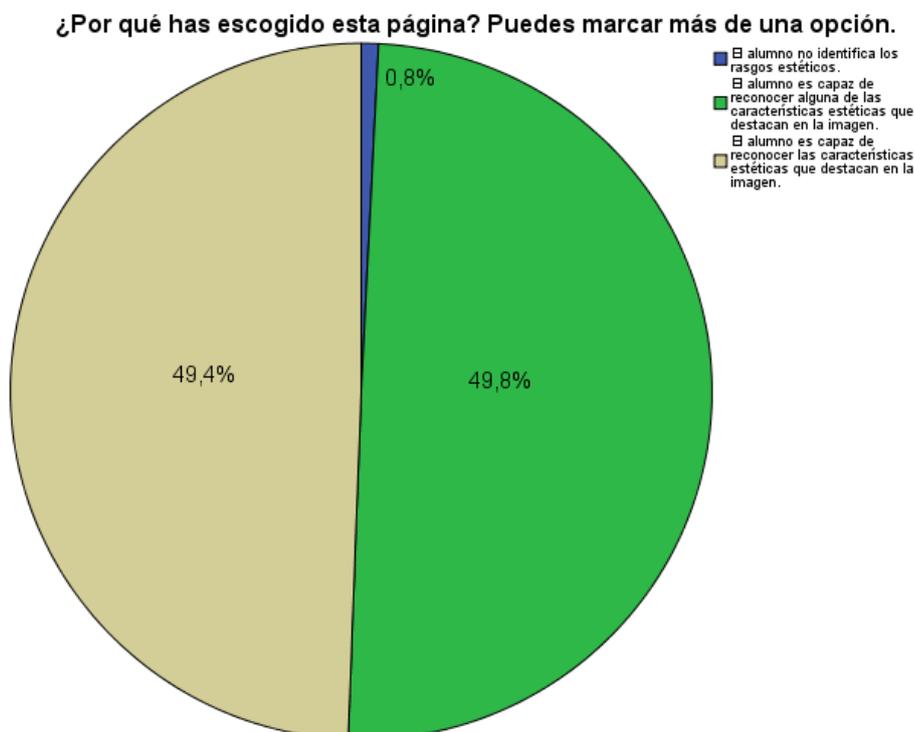


Gráfico 22. Motivo de selección de bebidas
Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

En el gráfico se observa que el 49,8% reconoce las características básicas de una imagen de calidad, el 49,4 % identifica con facilidad y determinación lo que es una imagen de calidad y el 0,8 % de ellos aún no es capaz de distinguir las diferencias estéticas entre una imagen de calidad y una imagen de bajo nivel.

En esta pregunta se encuentra un nivel alto de competencia en la dimensión de estética demostrando en el ámbito de la expresión que los estudiantes poseen sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.

4.2. Resultados docentes

Los resultados presentados a continuación corresponden a tres dimensiones específicas estudiadas en este proyecto de tesis denominado “Competencias Mediáticas Audiovisuales en jóvenes, docentes y padres de familia de la ciudad de Zamora Chinchipe”, los campos de análisis son los siguientes: producción y difusión; ideología y valores; y estética. Dichas dimensiones se analizaron según el documento base de estudio escrito por Joan Ferrés sobre Competencias Mediáticas Audiovisuales y la comparación de las respuestas indicadas por los docentes de la ciudad los cuales ejercen su actividad profesional en los colegios públicos del lugar.

4.2.1. Datos sociodemográficos.

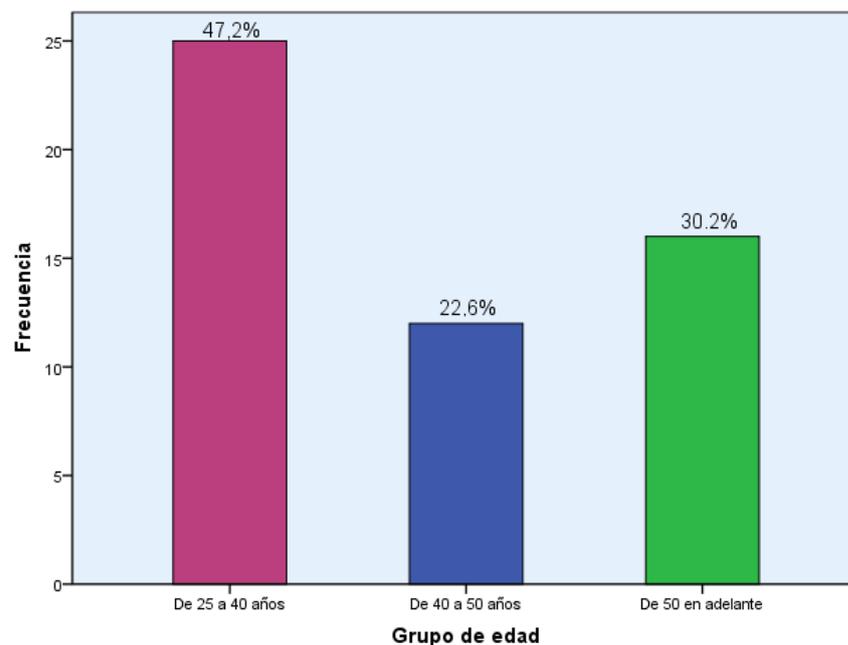


Gráfico 23. Edad

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

De los 53 docentes encuestados encontramos una clara línea diferencial en el tiempo de tres generaciones de docentes la más joven con edades desde los 25 hasta los 40 años que en este caso representa a grupo más grande en un 47,2%, la segunda de 40 a 50 con el 22,6% y una tercera que desde los 50 en adelante que se lleva el 30,2%. Si consideramos es este punto también el desarrollo de la provincia podremos encontrar que a pesar de existir 3 generaciones de docentes la joven, adulta y mayor, la primera será muy semejante a la segunda y a la tercera ya que a pesar del acceso a la tecnología, la falta de información y aplicación de conocimientos convierten a los docentes en un grupo homogéneo que no aprovecha las ventajas tecnológicas al momento de enseñar.

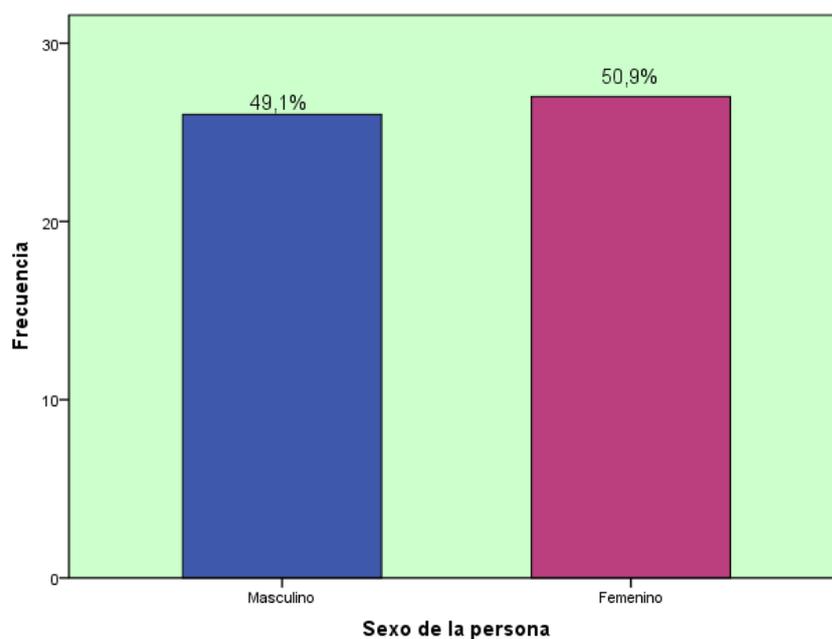


Gráfico 24. Sexo

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

De los 53 encuestados se ha obtenido una muestra casi igual en cuanto al sexo de la persona, se contó con 49,1% de sexo masculino y 50,9% de sexo femenino, está claro que el género que predomina es el femenino.

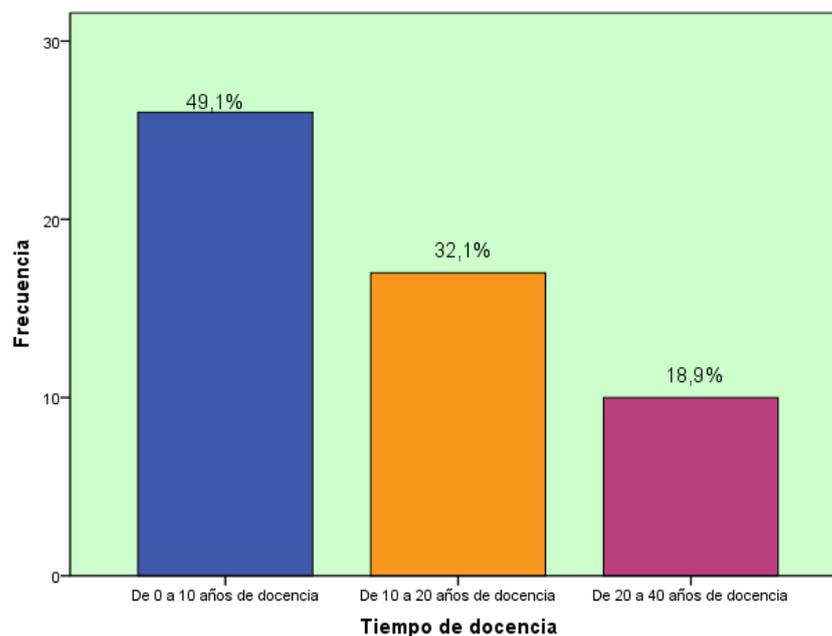


Gráfico 25. Años de experiencia en la docencia

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

El 49,1% de docentes tiene más de 10 años de experiencia, del número total de encuestados 30 de ellos ejercen su profesión más de una década, el 32,1% de docentes lleva una experiencia en las aulas en tiempo de 10 a 20 años aquí también se ubica el grupo de edades de 40 a 50 años y un 18,9% representa a un grupo de docentes que han cumplido hasta el momento con 40 años de experiencia.

Dadas las cifras podemos evidenciar que los docentes con mayor nivel de experiencia son aquellos que llevan más de 20 años dentro de las aulas, durante estos 20 años la sociedad y tecnología han sufrido cambios radicales y uno de los más importantes el cambio de era y de milenio, hablamos de un paso de 1995 al 2015, nos hemos enfrentado dentro del país a cambios de presidencias, cambios de moneda como lo fue del sucre al dólar, firmas de convenios y tratados, cambios de leyes. Pero lo más importante dentro de todos estos cambios es que, en esta transición de tiempo el hombre asume un nuevo concepto conocido como "Globalización", asumiendo así que la globalización ha permitido que la sociedad empiece a descubrir e involucrarse a nivel mundial con las costumbres, cultura y tradiciones e incluso nuevas tendencias y modas de otros lugares, todo esto gracias a las comunicación mediática.

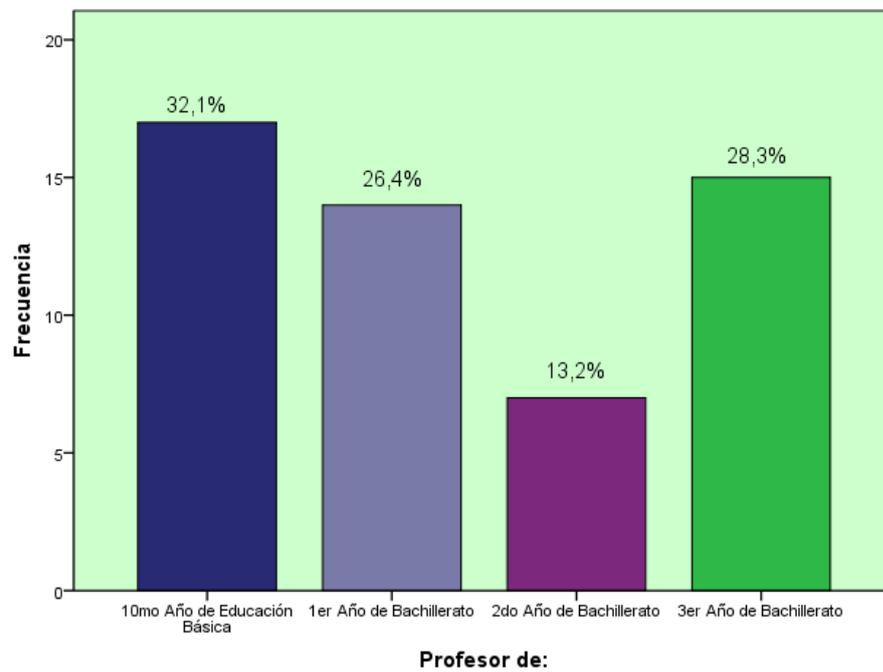


Gráfico 26. *Docencia por años*
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

El 32,1% de docentes trabaja con jóvenes de décimo año de educación básica, el 28,3% de docentes aplica al grupo de tercer año, el 26,4% es docente de primer año de bachillerato y el 13,2% corresponde a docentes de segundo año de bachillerato.

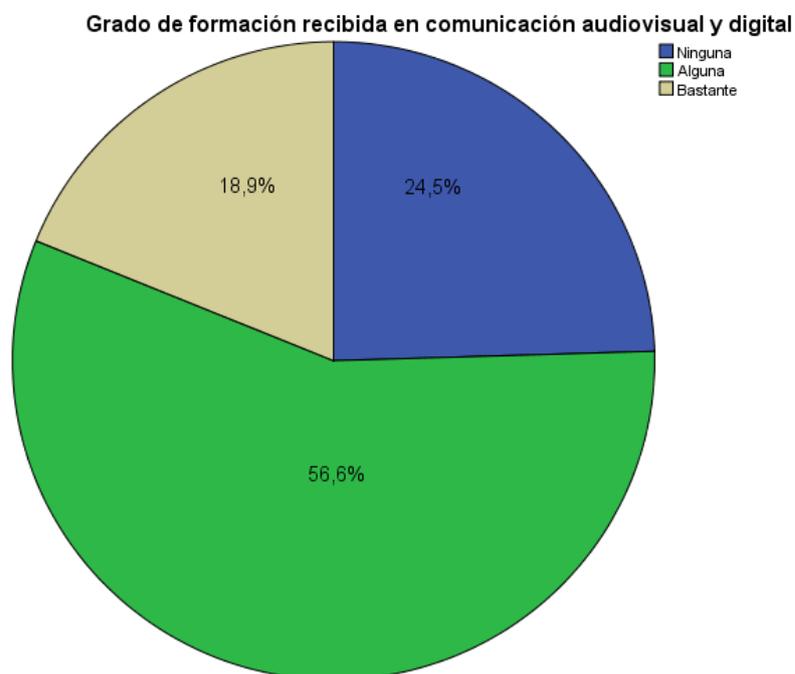


Gráfico 27. Grado de formación audiovisual

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

De los 53 docentes encuestados el 56,6% contestan tener “algún” conocimiento de comunicación audiovisual, por ello asumen tener algo de formación en TIC’s, el 18,9% dicen tener “bastante” formación y el 24,5% de los encuestados explican no tener “ninguna” formación audiovisual.

Considerando los datos presentados y el gráfico anterior sobre la edad de experiencia de los docentes y la formación que estos tienen, podemos citar aquí la opinión de uno de los docentes quién expresa, “En mis tiempos de juventud usábamos dentro de las aulas el pizarrón y la tiza, luego se cambió por la pizarra para el marcador de tinta, otro tiempo se vio la necesidad de usar un proyector con diapositivas, ahora los jóvenes exigen aún un cambio más. Considero que este tiempo ya es para que nuevos jóvenes ingresen a ejercer la docencia en las aulas ellos con mente fresca para aprender y enseñar, yo a mi edad prefiero ser bibliotecaria y así no alejarme de mis libros y el conocimiento que he obtenido en estos años, mi especialidad como docente fue la literatura” (Rosita, bibliotecaria en el colegio Madre Bernarda de Zamora, 20 de abril de 2014).

4.2.2. Producción y difusión.

Se analizarán las siguientes preguntas: 22, 23, 24, 25, 26, 27,28 y 29

Pregunta 22_ ¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal?

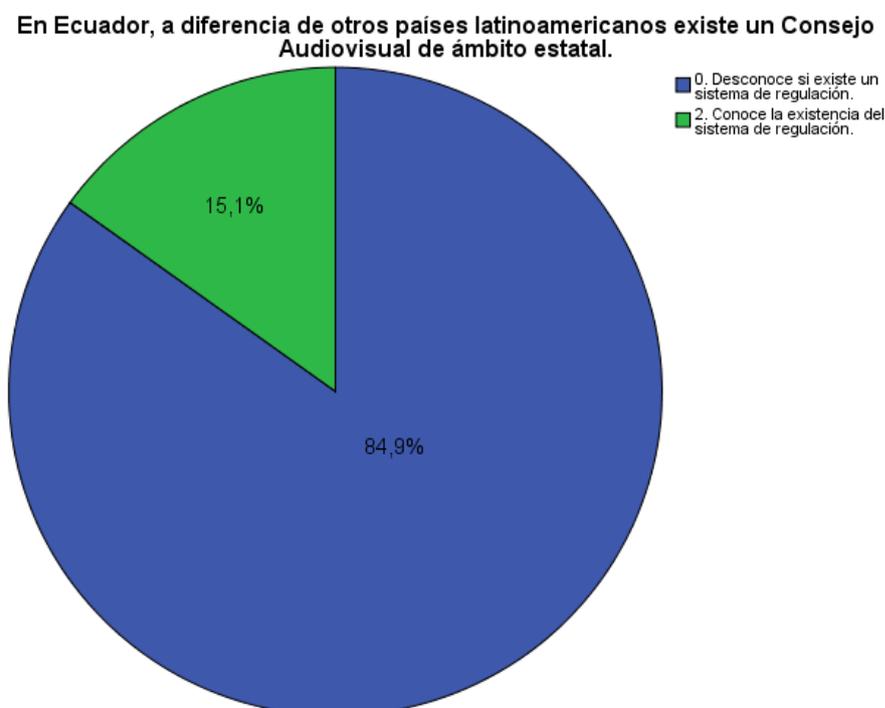


Gráfico 28. Consejo audiovisual de ámbito estatal

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 84,9% de docentes no tienen conocimiento de la existencia de un Consejo Audiovisual de ámbito estatal en Ecuador y tan solo el 15,1% de ellos tiene conocimiento “ocasional”, es decir que los encuestados supieron indicar que han escuchado que existe un consejo pero no sabe cuál es la función que cumple este organismo.

Como conclusión podemos decir que los docentes desconocen cuáles son las instituciones que regulan la información y velan por los contenidos audiovisuales del país, por ello se ha considerado un nivel bajo de competencia en la dimensión de producción y difusión, ámbito análisis, al no tener: “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”.

Sin embargo en Ecuador la vigente Ley Orgánica de Comunicación establece en su Art. 55._ Superintendencia de la Información y Comunicación, señala que “La Superintendencia de la Información y Comunicación es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa, que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p.23).

Pregunta 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?



Gráfico 29. Códigos deontológicos
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 71,7% de docentes desconocen si en las instituciones nombradas existen normas o códigos deontológicos, sin embargo un grupo minoritario considerado en un 28,3% conoce el significado y funcionalidad de los códigos deontológicos dentro de una institución.

De los resultados obtenidos se concluye que los docentes desconocen el significado del término “Deontología” lo que impidió la comprensión de esta pregunta al momento de la aplicación y a su vez tienen poca información sobre las normas internas que se aplican en las empresas de comunicación y publicidad, por ello se ha considerado un nivel bajo de

competencia en la dimensión de producción y difusión.

Por otro lado la Ley de Orgánica de comunicación en su Art.10._ Normas deontológicas “todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deben considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir la comunicación y opiniones”, referidos a la dignidad humana: respetar la reputación y honra de las personas, dentro del artículo ya citado se encuentra la lista de normas que se debe seguir y respetar con ética toda empresa de comunicación audiovisual del país.

Pregunta 24._ ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?

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

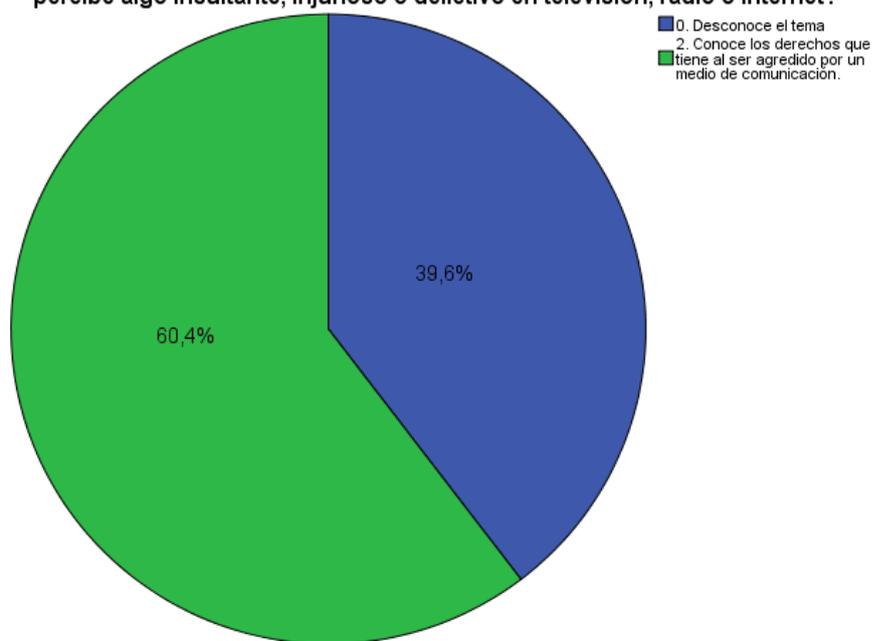


Gráfico 30. Denuncia por contenido ofensivo

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 60,4 % de docentes conocen sus derechos y el organismo al cual deben acudir en caso de resultar perjudicados por contenidos presentados en los medios, el 39,6% desconoce el tema. En esta pregunta se ha considerado una alta competencia en la dimensión de producción y difusión, al poseer: “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”.

Pregunta 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?

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?

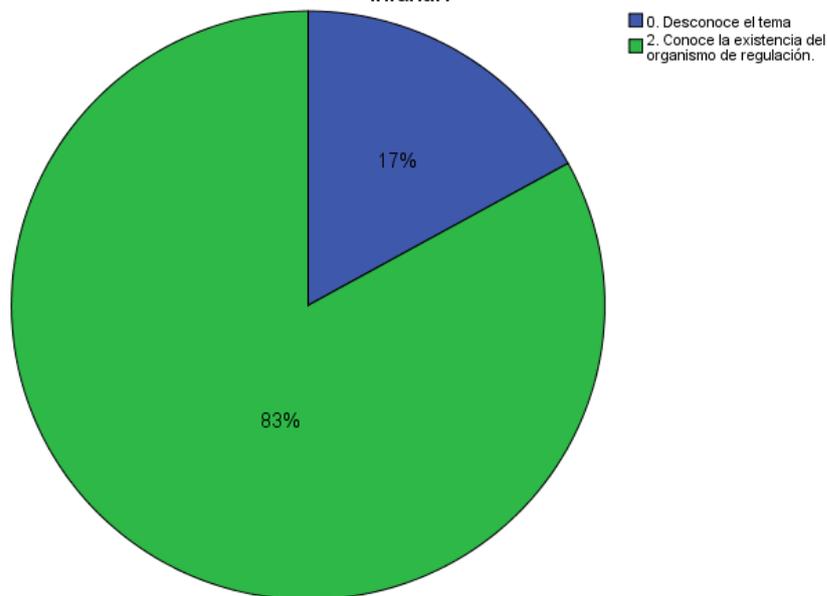


Gráfico 31. Protección a niños

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 83% de docentes que en el país existe un organismo de regulación que controla y clasifica los contenidos aptos para los niños, el 17% desconoce el tema. En esta pregunta se ha considerado un nivel alto de competencia en la dimensión de producción y difusión, esto considerando que los docentes están informados de los derechos de los niños y siguen la programación televisiva de la actualidad, los cuáles se encuentran clasificados en tres grupos diferentes de programación “A” es decir aptos para todo público, “B” que quiere decir bajo la supervisión de un adulto y “C”, que en este caso corresponde a los programas exclusivos para público adulto.

Pregunta 26. _ ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

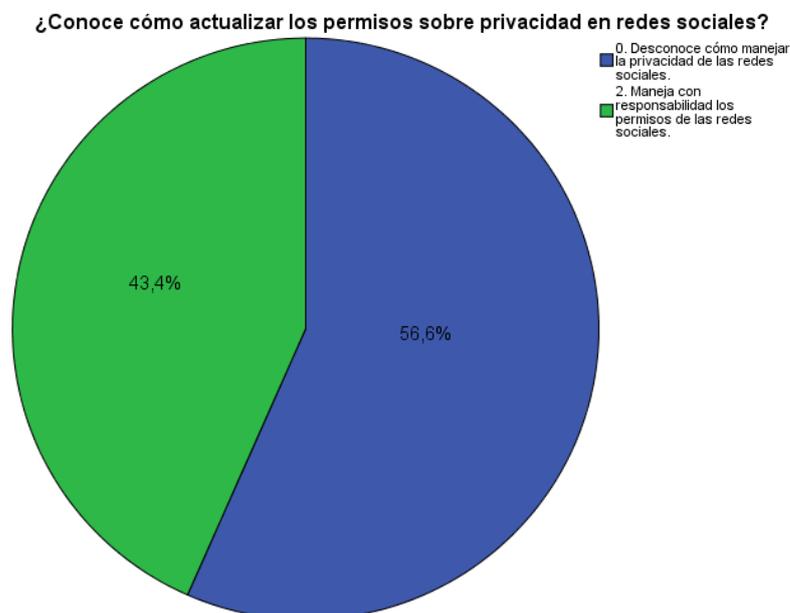


Gráfico 32. Privacidad en redes sociales
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 56,6% de docentes desconoce cómo debe manejar su privacidad en las redes sociales, (la mayoría de ellos reconoce que fue un amigo o familiar quien colaboró con ellos al momento de crear una cuenta en las diferentes redes sociales, además indican que son sus hijos quienes hacen uso y administran sus perfiles). El 43,4% conoce las normas básicas de seguridad entre ellas cambiar de contraseñas cada mes o bloquear contenidos de sus perfiles.

Pese a que las políticas del país incentivan al cambio de modelo educativo, nada se puede lograr si el grupo de interés cierra puertas al entendimiento y la entrada de la educación 2.0 se detiene por mentes de maestros tradicionales que han visto la era tecnológica como algo malo; para Marta, madre de familia participante del grupo focal, son pocos los docentes instruidos dentro de lo que concierne a uso de tecnologías lo que se convierte en un obstáculo dentro del desarrollo educativo, ella indica “el colegio y los profesores deberían orientar a los estudiantes, formarles críticamente y decirles en qué páginas puede encontrar información que les anime a ellos a leer un poco más y no irse a lo más cortito y resumido”.

Pregunta 27. _ ¿Creative Commons es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?

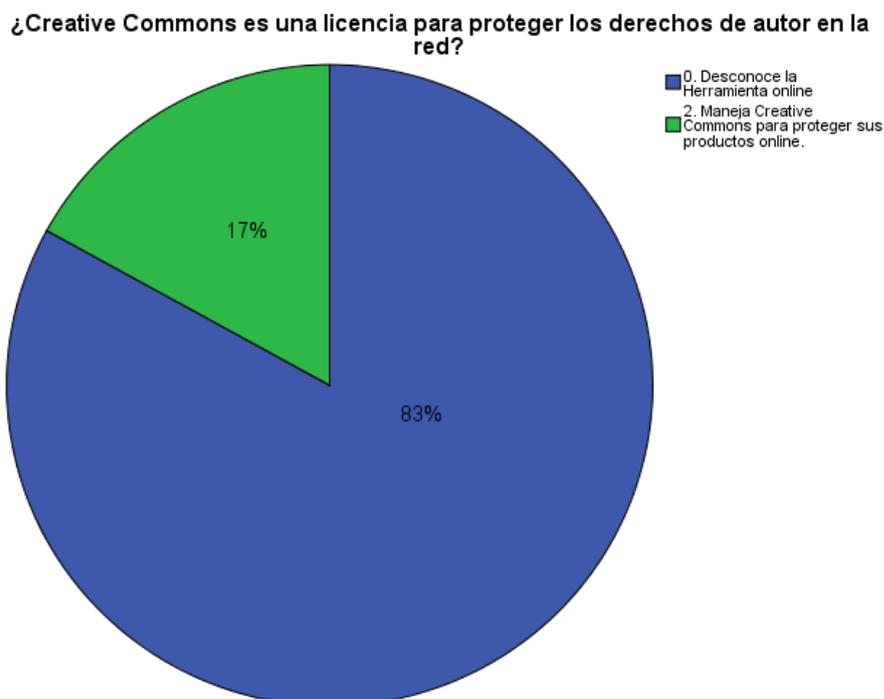


Gráfico 33. Creative Commons
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 83% de docentes desconoce el término “Creative Commons” y también cuál es la función de esta licencia al momento de proteger los contenidos en la Red, el 17% conoce y usa la licencia para la protección de sus productos virtuales. Los porcentajes en esta pregunta señalan un nivel bajo de competencia desconociendo el cómo gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, con actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «Creative Commons»”.

Se debe reconocer que muchos de los docentes que imparten su materia en las aulas de secundaria no citan las fuentes de consulta, ni dan crédito a los autores de los cuales han obtenido información, también la mayoría de ellos caen con frecuencia en el error de realizar consultas que son de dos pasos básicos: copiar y pegar. Esto es un problemas que se ve reflejado no solo en docentes que han enseñado a sus alumnos, sino también se observa dentro las aulas universitarias cuando empiezan los problemas de los jóvenes dentro de un mundo competitivo y diferente, un mundo de masas globales que exige calidad.

Pregunta 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?

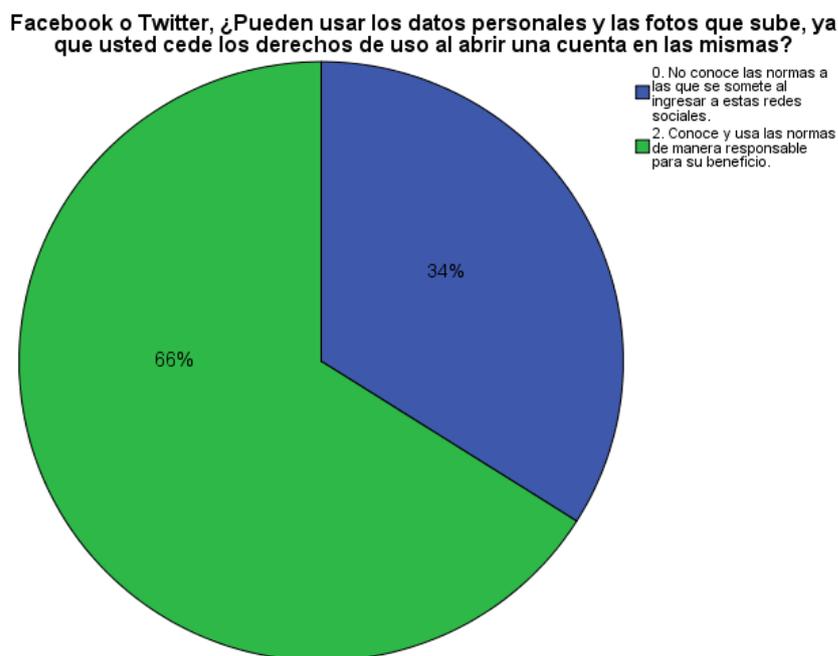


Gráfico 34. Seguridad de datos en la red
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 66% de docentes conoce bien cuáles son los derechos que se cede al dueño del portal al momento de abrir una cuenta electrónica, el 34% no sabe cuáles son los derechos que otorga al dueño del portal o red a la cual se adhiere como nuevo miembro, están expuestos y abiertos a cualquier tipo de abuso de información o incluso robo de identidad. Los porcentajes señalan un nivel alto de competencia en la dimensión de producción y difusión, ámbito análisis.

Los mecanismos que se establecen para la verificación de algunos datos personales son buenos, pero el momento de ingresar a la creación de un perfil en redes como Facebook o Twitter suelen aparecer condiciones que indican que un miembro de esa Red cede derechos de su información al propietario de dicha página. Por otro lado aún son numerosos los usuarios que no aplican ningún tipo de bloqueo.

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

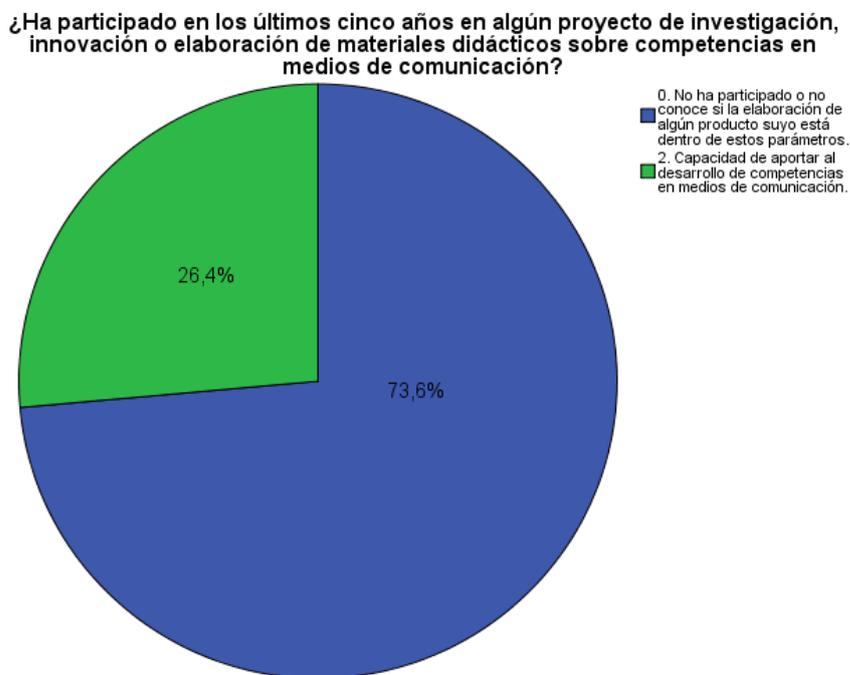


Gráfico 35. Participación en proyectos
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 73,6% de docentes no ha participado en proyectos de investigación en el ámbito audiovisual, el 26,4 % ha participado en seminarios y talleres de investigación relacionados al desarrollo de competencias en los medios mediáticos. Los porcentajes señalan un nivel bajo de competencia en la dimensión de producción y difusión de los docentes, al no haber participado en proyectos de investigación sobre competencias en medios de comunicación; demostrando así no poseer: “capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales”.

Las instituciones educativas deberían exigir y establecer como requisito la participación constante de los docentes en proyectos relacionados a competencias, a fin de lograr romper esquemas formados en mentalidades de docentes que superan los 45 años de edad considerando quienes cruzan esta etapa de edad son el grupo de inmigrantes digitales que presenta mayor resistencia a la entrada de la era tecnológica.

4.2.3. Ideología y valores.

Se analizan las siguientes preguntas: 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36,37 y 38.

Pregunta 30._ ¿Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión?

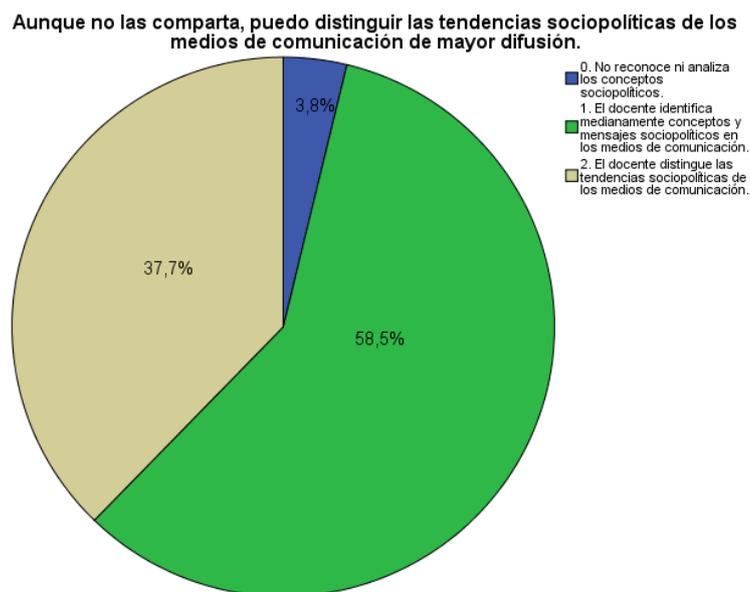


Gráfico 36. Tendencias sociopolíticas
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 58,5 % de docentes identifica medianamente los estereotipos y contenidos sociopolíticos, mientras que el 37,7% reconoce fácilmente y reconoce cada una de las tendencias finalmente 3,8% no logra identificar no reconocer los mensajes ni conceptos sociopolíticos presentes en los medios. Los porcentajes señalan un nivel alto de competencia en la dimensión de ideología y valores.

Pregunta 31. _ ¿Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede?

Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede

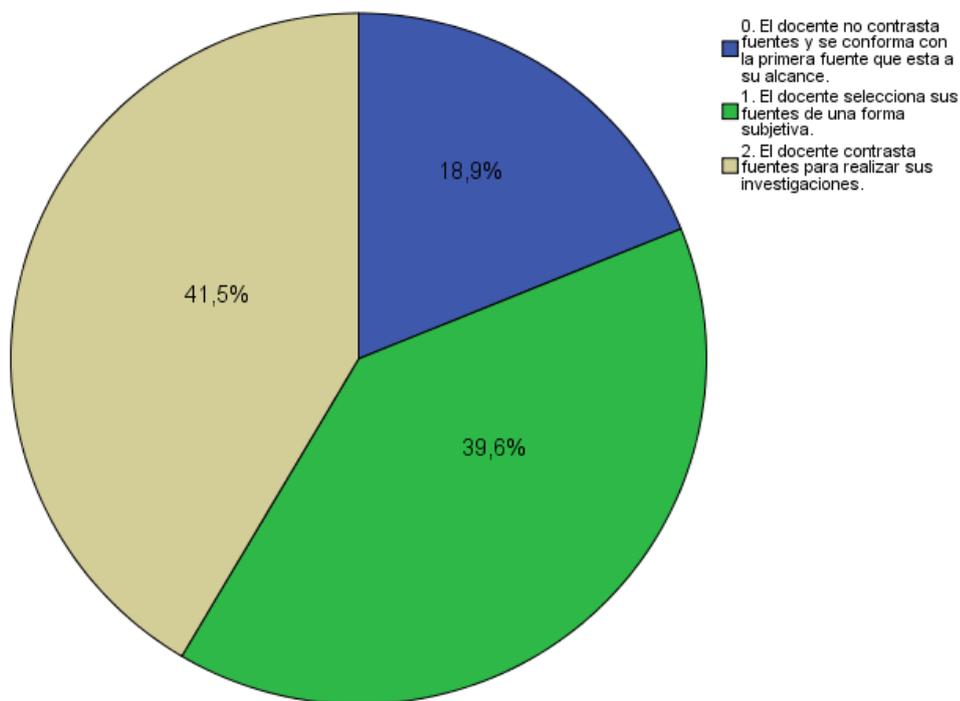


Gráfico 37. Obtención de información
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 41,5% de docentes contrasta las fuentes de información al realizar una investigación, el 39,6% obtiene la información de manera subjetiva y el 18,9% se conforma con la primera fuente que le brinde la información que necesita. Se determina una mediana competencia en la dimensión de ideología y valores, en el ámbito del análisis, es decir, poseen medianamente: “habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos”.

Pregunta 32. _ ¿Es posible tener una relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y transformación social?

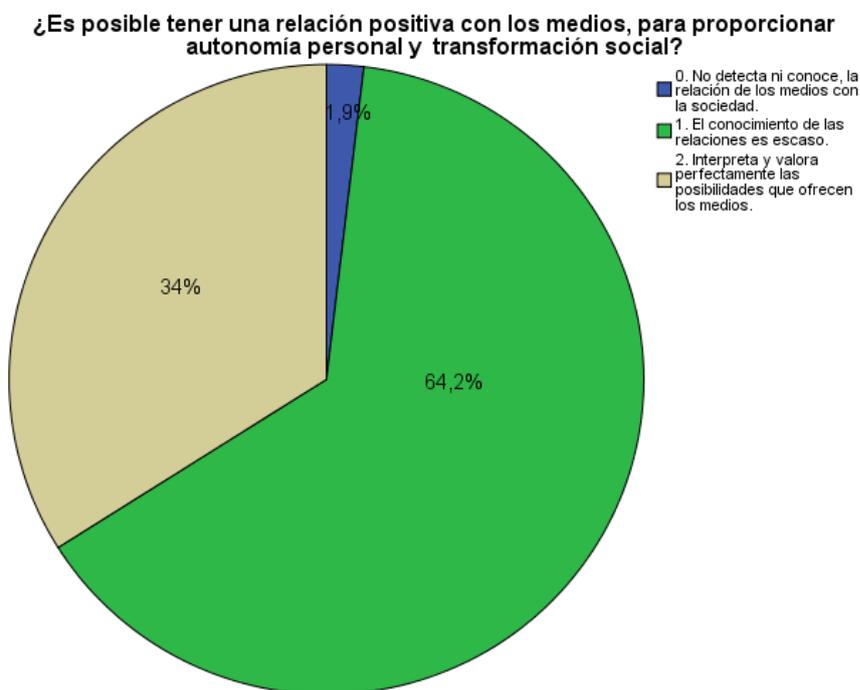


Gráfico 38. Autonomía personal
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Los resultados indican que el 64,2% de docentes reconocen que la cercanía a los medios vista desde un punto positivo es plenamente escaso y carente para lograr un cambio o transformación social, el 34% obtiene la información de los medios y considera que es posible llegar a un acuerdo donde se pueda aprovechar la influencia de los medios y 1,9% no reconoce ni distingue lo que es una relación positiva con los medios y la transformación social que viene por la influencia de los mismos.

Se observa que los porcentajes señalan un nivel medio de competencia en la dimensión de ideología y valores, “detectando una mediana 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”.

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

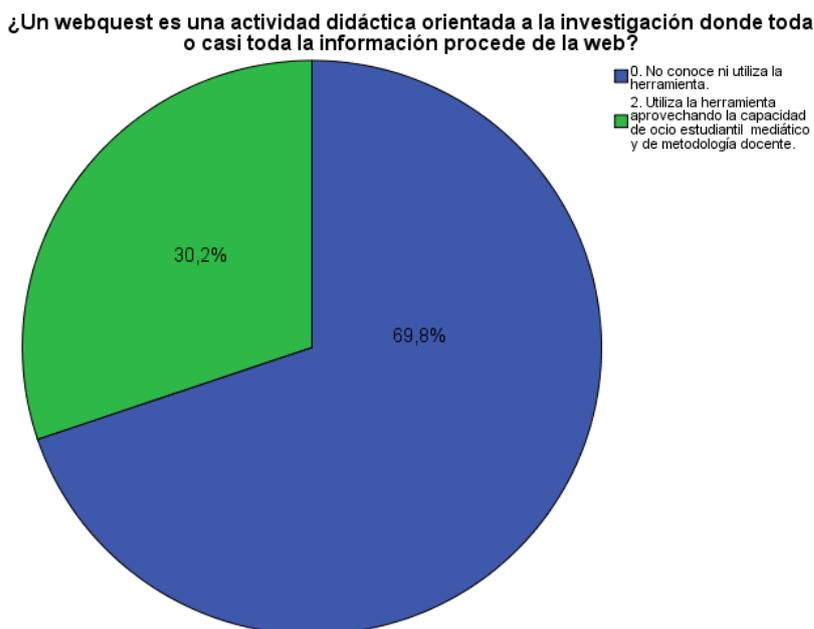


Gráfico 39. Webquest

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que 69,8% de los docentes no conocen el significado de la palabra “webquest” y por ello como sería lógico tampoco hacen uso de la herramienta, el 30,2% de docentes utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente. Los porcentajes señalan un nivel bajo de competencia demostrando que los docentes no tienen habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos para generar métodos de investigación en sus estudiantes.

En el grupo focal que se realizó con los padres de familia en la ciudad de Zamora, se obtuvo el siguiente criterio relacionado al tipo de investigación que realiza su hijo en cada tarea que le es enviada y de igual manera opina fuertemente sobre la capacidad de los docentes dentro de cada institución, Paúl, indicó “La ventaja es que tienen el mundo en sus manos en la información, pero la desventaja es que todavía ellos no están preparados para poner limitaciones y no pueden discernir qué es lo bueno de lo malo, con un clic puede abrir muchas ventanas en una computadora y no todo lo que tiene Internet es bueno, entonces ellos por su inmadurez todavía no lo pueden calificar y pueden decir esto sí me conviene leer o no me conviene leer” (Paúl, grupo focal realizado en el colegio San Francisco de Zamora, 18 de abril 2014).

Los padres de familia tiene un alto nivel de conocimiento en la dimensión de ideología y valores, en la capacidad analítica de saber confirmar las fuentes de información extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite, de lo que conviene o no ver en lo que se refiere a información presente en la Web, es por ello que encuentran como una ventaja la presencia de la nueva tecnología, pero proponen se brinde mayor información en temas relacionados al uso de herramientas tecnológicas para poder guiar a sus hijos.

Pregunta 34._ Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para:

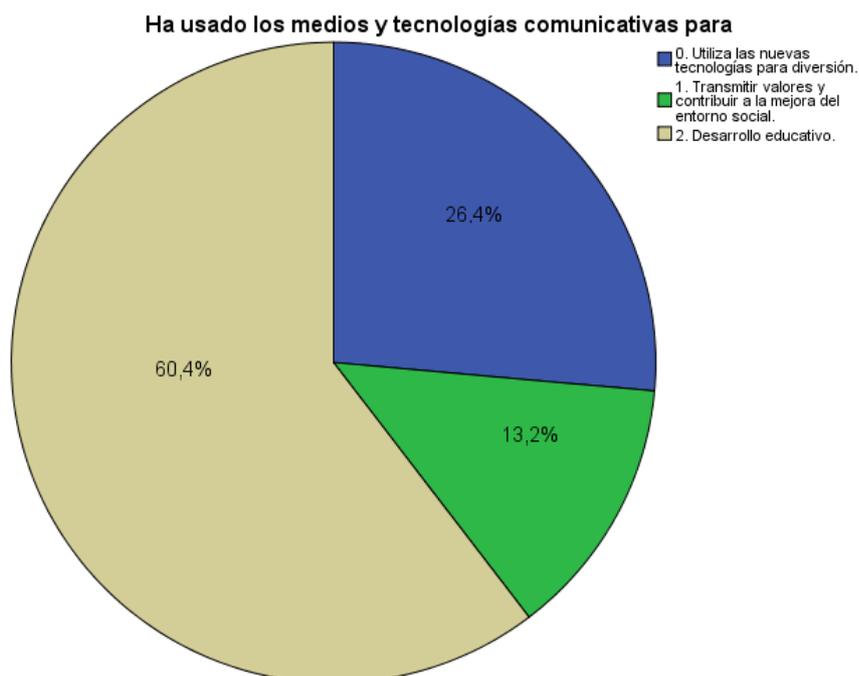


Gráfico 40. Medios y tecnologías

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 60,4% de docentes utiliza los medios digitales para el desarrollo educativo, el 26,4% de docentes utiliza las nuevas tecnologías para diversión y el 13,2% transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno social.

Sin embargo aunque la mayoría a indicado ser participante activo en la era tecnológica, los docentes reconocen que más de la mitad de las investigaciones que ellos realizan en la Red, ellos toman información del primer resultado que se les ofrece, en este caso como referencia toman a “Wikipedia”, y algunos de ellos incluso toman información de la página “Monografías”, ante docentes que no contrastan fuentes informativas, tenemos como resultado alumnos y profesionales mediocres.

Pregunta 34._ Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?

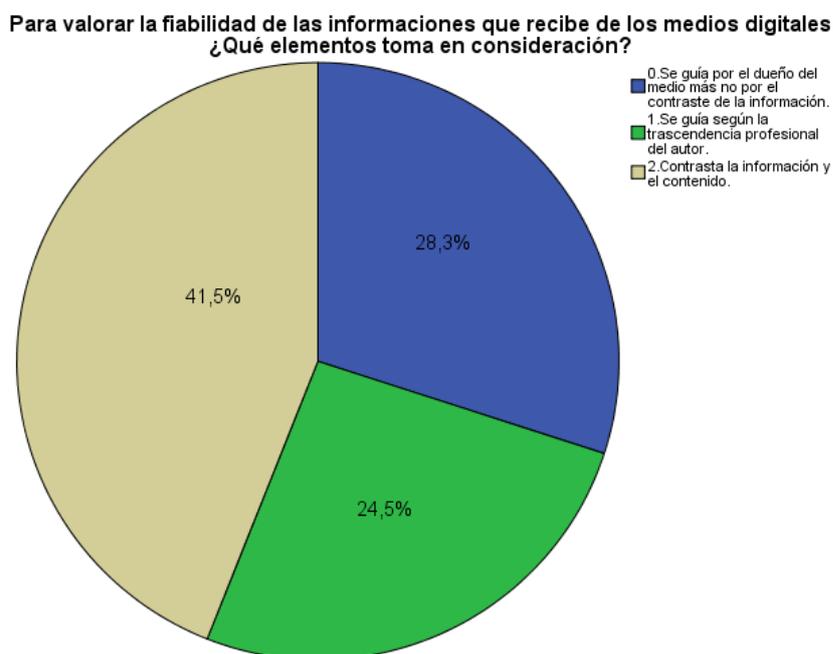


Gráfico 41. *Fiabilidad de los medios digitales*

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 41,5% de docentes contrasta la información y contenido, 28,3% de docentes se guía por el dueño del medio más no por el contraste de la información y el 24,5% se guía según la trascendencia profesional del autor. Se puede ver que la mayoría de los docentes sí tienen: “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”, por lo que se señala un alto nivel de competencia en la dimensión de ideología y valores, en el ámbito del análisis.

Dentro de esta pregunta debemos aclarar que el grupo que indicó tener conocimiento de cómo contrastar contenidos y autores en la Red, es precisamente el grupo de docentes jóvenes que parte de 20 a 40 años, que serían también los conocidos como Inmigrantes Digitales.

Pregunta 35._ En los medios, ¿Se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?

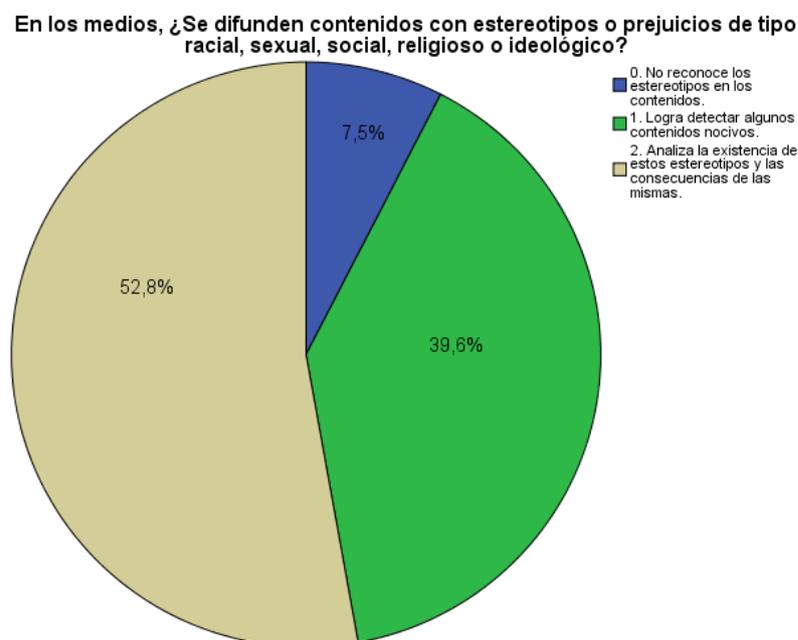


Gráfico 42. Estereotipos en los medios
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

Se puede observar que el 52,8% de docentes analiza la existencia de los estereotipos y las consecuencias de las mismas, el 39,6% de docentes logra detectar algunos contenidos nocivos y el 7,5% no reconoce los estereotipos en los contenidos.

Dados los resultados, los porcentajes más elevados indican un nivel medio de competencia en la dimensión de ideología y valores, conociendo “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”.

Pregunta 36._ La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo?

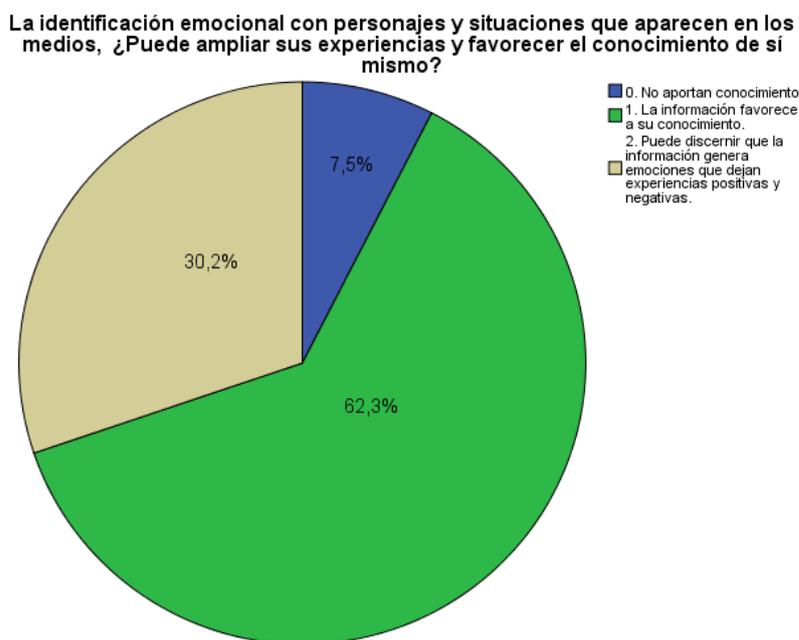


Gráfico 43. Identificación de los personajes con los medios

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

El 62,3% de docentes considera que la información presentada en los medios de comunicación audiovisual favorece a su conocimiento, el 30,2% de docentes sabe discernir que la información genera emociones que dejan experiencias positivas y negativas y el 7,5% no aportan conocimiento. Los docentes son críticos al momento de analizar los mensajes que se presentan en los medios sobre todo en aquellos que se enfocan en un cambio de cultura o que influyen de manera masiva en los jóvenes, a esto los docentes incentivan continuamente a sus alumnos a ser reflexivos y conservar lo buenos valores y tradiciones ancestrales propias de cada región del país.

Por lo tanto es preciso indicar que los docentes si poseen 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.

Pregunta 37._ ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?

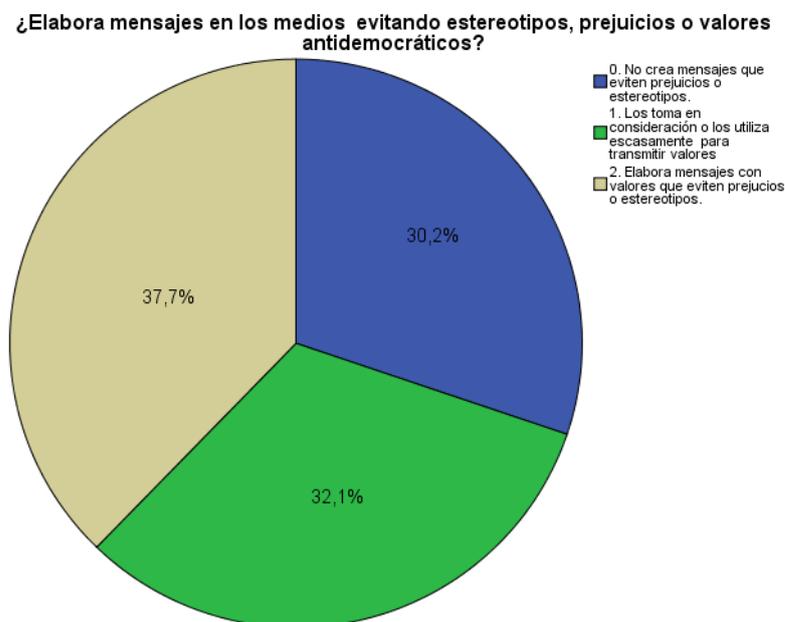


Gráfico 44. Estereotipos en los medios
Fuente: docentes de los colegios seleccionados.
Elaboración: propia

La figura nos permite observar que 37,7% de docentes sabe que tiene derecho a participar activamente en la problemáticas social y la manera más eficaz e inmediata de hacerlo es a través de la elaboración de mensajes con valores que eviten prejuicios o estereotipos sociales, el 32,1% de docentes toma en consideración o los utiliza escasamente para transmitir valores y el 30,2% no crea mensajes que eviten prejuicios o estereotipos.

Se determina existe un alto nivel de competencia en la dimensión de ideología y valores, en el ámbito de análisis, al “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”.

4.2.4. Estética.

Se analizan las siguientes preguntas: 39 y 40.

Pregunta 39. ¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético?

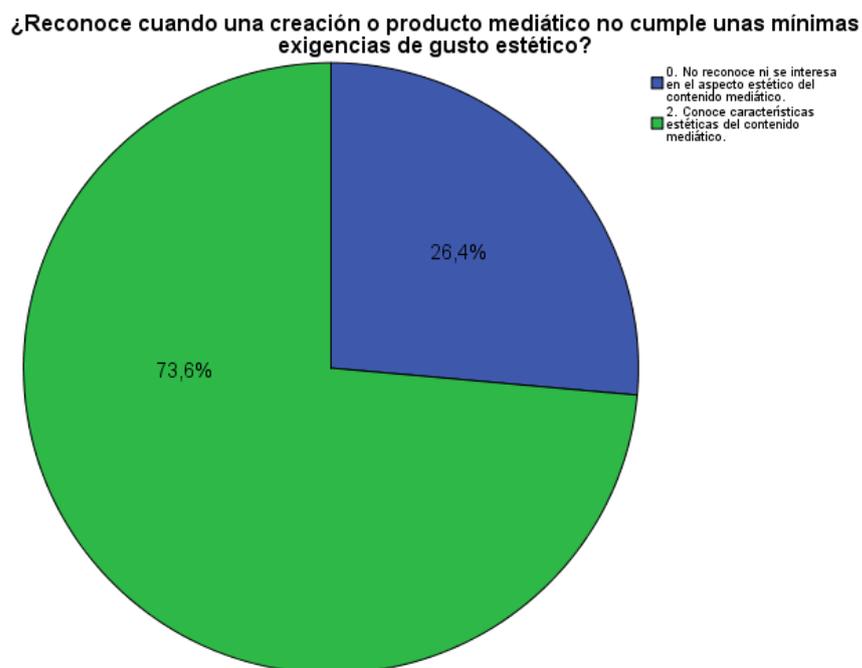


Gráfico 45. Exigencias estéticas

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 73,6% de docentes conoce las características estéticas del contenido mediático, el 26,4% de docentes no reconoce ni se interesa en el aspecto estético del contenido mediático. Con el 73,6% se determina un alto nivel de competencia en lo referente a estética al poseer, sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.

Pregunta 40. _ ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos?

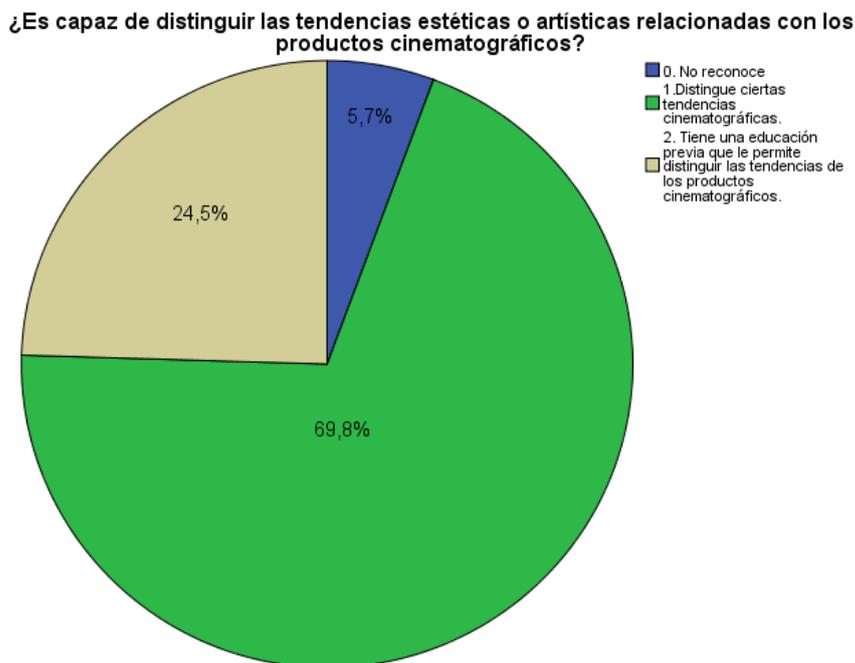


Gráfico 46. Tendencias estéticas

Fuente: docentes de los colegios seleccionados.

Elaboración: propia

Los resultados indican que el 69,8% de docentes distingue ciertas tendencias cinematográficas, el 24,5% de docentes tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos y el 5,7% no reconoce. Los porcentajes señalan un nivel alto de competencia en la dimensión de ideología y valores, en el ámbito de análisis al tener: “Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias”.

5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis #1

Los alumnos de 14 a 17 años y profesores de los colegios públicos de la ciudad de Zamora no poseen un nivel adecuado de competencias mediáticas en las dimensiones: producción y difusión, ideología y valores, y estética, por tanto su capacidad de análisis y criterio es bajo demostrando una gran desventaja en el mundo competitivo de la comunicación y educación.

Luego de revisar todos los resultados, comprobamos que se cumple la primera hipótesis planteada para este proyecto de investigación, una de las observaciones importantes que hacemos es que Zamora está considerada como una ciudad en crecimiento, sin embargo su nivel de educación en TIC es bastante bajo, en las instituciones educativas no solo los estudiantes tienen vacíos en lo que respecta a nuevas tecnología sino también en los docentes. Es necesario la implementación de nuevas metodologías de estudio que impliquen el uso de las nuevas tecnologías procurando una interacción docentes y alumnos.

Hipótesis #2

Las herramientas utilizadas por los docentes son básicas, los materiales usados para la enseñanza son: papelotes, cartulinas, dramatizaciones y en algunos casos presentaciones en power point.

Se confirma la segunda hipótesis, verificando que los docentes de las instituciones educativas de Zamora pese a contar con las herramientas adecuadas (laboratorios de cómputo con acceso a internet), en un 99% de ellos recurren a los métodos hereditarios de enseñanza usando aún los papelotes, escritura de pizarra con marcador líquido, presentaciones orales, etc. Los educadores no son innovadores una de las principales razones es la resistencia a permitir ser alfabetizados mediáticamente en un proceso de enseñanza nuevo.

Por otro lado si este grupo sigue mostrando resistencia dentro de una sociedad que evoluciona diariamente, este segmento de población pronto será remplazado por nuevas generaciones de docentes más jóvenes y con formación en competencias mediáticas.

Hipótesis #3

Los padres de familia de los alumnos se muestran interesados en brindar una educación actualizada basada en competencias que les sean favorables a sus hijos, sin embargo pese a que ellos cuentan con la tecnología necesaria no saben cómo utilizar sus recursos para mejorar su crecimiento intelectual y crítico.

Finalmente se cumple la tercera hipótesis de este proyecto, ya que en el grupo focal realizado se pudo evidenciar el interés creciente de los padres de familia en la formación de sus hijos,

ellos indicaron que en la actualidad se ven obligados a aprender para crecer e incluirse dentro de la era tecnológica, deben convertirse en usuarios constantes de las nuevas herramientas tecnológicas, con el propósito de crear un vínculo con sus hijos, que les permita ejercer control y revisión de sus actividades diarias en la Red.

CONCLUSIONES

- De los 5 colegios de la ciudad de Zamora encuestados 253 alumnos, un 64% de ellos poseen alguna formación en conocimientos audiovisuales de la misma manera, de los 53 docentes encuestados el 56.6% poseen alguna formación en comunicación audiovisual y digital. Sin embargo a pesar de contar con la tecnología necesaria, los estudiantes solo utilizan los dispositivos para interactuar a través de Facebook y observar videos en YouTube, esto es un indicador claro de la necesidad de crear un sistema educativo que incluya una enseñanza mediática, para lograr la formación integral del educando. Hoy los modelos educativos deben centrarse generar un cambio dentro de la mentalidad del estudiante, fomentar e incentivar a que el joven sea crítico y mentalizador de nuevas nociones.
- Alumnos y docentes en su gran mayoría han sido ellos mismo quienes han obtenido conocimientos en lo que tiene que ver a nuevas tecnologías, de acuerdo a los resultados, muestran que los docentes se han autoeducado para familiarizarse con las nuevas tecnologías, a diferencia de los alumnos, ellos van creciendo conjuntamente con la tecnología lo que hace que para ellos la capacidad de adaptación es más factible.
- Los docentes deben incluirse al proceso de evolución de la sociedad, ya que como inmigrantes digitales deben abrir su mente al conocimiento y aprender a mejorar sus modelos de enseñanza con creatividad e innovación, creando contenidos cada vez más llamativos para conseguir la atención de su grupo estudiantil.
- En las tres dimensiones analizadas del grupo dirigido a los docentes, evidenciamos que un 75% de los catedráticos se consideran analfabetos digitales, un 15 % de ellos han recibido algún taller informativo más no práctico y tan sólo un 10 % utiliza las TIC de manera efectiva creando un ambiente dinámico conectando más al docente y alumno.

- Los alumnos poseen un bajo conocimiento en lo que tiene que ver a términos de búsqueda en la web al momento de su investigación, es el 99.6% de estudiantes que no son capaces de identificar conceptos para resultados óptimos en su investigación, las encuestas con estos datos muestra el uso erróneo de la tecnología a pesar de poseer poco de conocimiento, pues ese conocimiento va dirigido en su mayoría al ocio.
- Alumnos y docentes hacen uso de las nuevas tecnologías de manera leve esto muestran los resultados con lo que tiene que ver al conocimiento de la licencia Creative Commons, los resultados son negativos al conocimiento de la misma lo que hace que ellos obvие el uso de la misma para proteger su contenido en la red y en la privacidad de las redes sociales, por lo que son vulnerables a hurto de información.
- A pesar que el gobierno muestra interés en la superación a nivel de docencia con el uso de las nuevas tecnologías, las encuestas muestran un número razonable de docentes que no han sido participes proyectos de investigación en el ámbito audiovisual, lo que hace más difícil el buen uso de las herramientas audiovisuales, y de esta manera hace más tedioso el nuevo método educativo.
- Dentro del desarrollo del grupo de discusión realizado con los padres de familia de los jóvenes, pudimos darnos cuenta que sin duda es uno de los grupos más interesados en vincularse masivamente a la nueva era tecnológica por la necesidad de control y guía correcta del buen uso de estas herramientas en sus hijos son los padres, ellos se muestran como un grupo autodidacta la formación integral de sus adolescentes, pero exigen apoyo de las instituciones con talleres y conferencias que puedan acrecentar sus conocimientos.

RECOMENDACIONES

Se plantea generar por parte del grupo de investigación de este proyecto conjuntamente con el apoyo de la universidad, la elaboración de una guía de metodología que implique lo siguiente:

Estudiantes: brindar talleres prácticos y dinámicos con expertos en herramientas 2.0 que incentiven la participación activa de los jóvenes, ya no sólo como espectadores sino que logren generar productos comunicativos audiovisuales a fin de convertirlos en una generación de creadores con mentalidad crítica, lograr en ellos un discernimiento al momento de seleccionar sus fuentes de investigación promoviendo el estudio y el buen manejo de la web.

Docentes: en coordinación con los representantes de cada institución presentar una propuesta que integre a todos los educadores de la ciudad de Zamora con el propósito de extender cursos prácticos en competencias mediáticas, estos cursos deberían ser obligatorios y tener una duración mínima de un año con tres módulos con un periodo de duración de tres meses cada uno, es así que un módulo sería relacionado a la enseñanza de la teoría, el siguiente a la práctica y el último de aplicación y evaluación. Con esto lograríamos mejores resultados e innovación en los métodos de enseñanza.

Padres de familia: es compromiso y obligación de los colegios e instituciones que lideran la educación en este sector, el brindar la formación necesaria a los padres del lugar. Una estrategia aplicable a ellos sería enviar convocatorias de reuniones a través de redes sociales, crear grupos de discusión y alimentar perfiles institucionales, estas actividades además de integrar a los padres de familia, es un método que permite ahorrar recursos como el uso del papel para convocatorias, e impresión de listas de asistencia o confirmación, con el simple hecho de compartir un documento en la red se lograría un menor impacto en el ambiente y evolución aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüaded, J. I. (2007). La edu-comunicación: una necesidad sentida, una propuesta urgente. *Linhas Críticas*, 13(24), 5-20.
- Agüaded, J., & Sansoles, G. (2012). "Razones para una educación mediática en la sociedad multipantallas". *SPHERA PUBLICA*, 10(12), 21-35.
- Aparici, R. (Mayo de 2011). *Principios pedagógicos y comunicacionales de la educación 2.0*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de La educ@cion revista digital: <http://www.educoas.org/portal/laeducacion2010>
- Area Moreira, M. (2009). "El proceso de la integración y uso pedagógico de las TIC en los centros educativos. Un estudio de casos". *Revista de Educación* 352, 77-97.
- Bacher, S. (2013). Educación mediática, educomunicación, educación y comunicación. Una aproximación a la escena actual. En B. Silvia, *II Congreso de Educación Mediática y Competencia Digital. Revista Mediterránea de Comunicación*. 1, 27-30
- Berbenau, N., Esteban, N., Gallego, L., & Rosales, A. (2011). *Alfabetización mediática y competencias básicas*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de Mediascopio: https://www.educacion.gob.es/documentos/mediascopio/archivos_secciones/156/ccbb.pdf
- Caldeiro, C. (2013). Desarrollo curricular de la competencia mediática en la educación secundaria en la comunidad gallega. *edmetic*, 2(2), 8-36.
- Carolyn, W. (2012). "Alfabetización mediática e informacional proyecciones didácticas". *Comunicar*, XX(39),15-24.
- Carolyn, W. & Alton, G. (2011). *Alfabetización mediática e informacional. Curriculum para profesores*". Paris: Unesco.
- CISCO (2009). Preparar a cada alumno para el siglo XXI. *CISCO*, 3(9), 10-11.
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de UNESCO: www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF
- Fernández, R. (2012). *Competencias profesionales del docente en la sociedad del siglo XXI*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de Educarchile: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=140303>

- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores". *Comunicar*, XIX(38),75-82.
- Fumero, A., Roca, G., & Sáez Vacas, F. (2007). *Web 2.0. Omán Impresiones*, (págs.100-130). Madrid.
- García Font, A. (2013). La revolución del Smathphone. *EUROMEDICE*, 1(5)9-10.
- García Ruíz, R., & Sandoval, Y. y. (2013). "La educación mediática en la formación profesional. Propuesta de inclusión". *edmetic*, 2(2),39-58.
- Gros, B., & Contreras, D. (2006). "La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas". *Revista Iberoamericana*, (42),103-125.
- Grunwald, D. d. (1982). "Educación relativa a los medios de comunicación". *Declaración de Grunwald*, (págs. 1-2). Alemania.
- INEC. (2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de "Más de 500 mil personas tiene un teléfono inteligente": www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf
- Johnson, K. (2007). Los medios de comunicación. En J. Macionis, & K. Plummer, *Sociología* (págs. 590-591). Madrid: PEARSON.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). *El Telégrafo*. Recuperado el 4 de agosto de 2014, de El Telégrafo: <http://issuu.com/eltelegrafoec/docs/texto-final-proyecto-ley-comunicaci/19?e=3521511/3429512>
- Martínez, S., & Solano, E. (2010). Blog, bloggers y blogosfera. *Blog comunicación usos y tendencias*. México.
- Merino, L. (2010). "*Nativos Digitales: una aproximación a la socialización de la tecnología de los jóvenes*". España: Kenaf,S.I.
- Palomo, Z. (2011). La Web 2.0 . *La Web 2.0. Estudio y análisis de la revolución social de internet (Tesis pregrado)*, Universidad Pontificia Bolivariana.
- Pérez Tornero, J. M. (2012). Educación en Meidos de Comunicación. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*,7(12), 7-11.
- Pérez, C. (2005). Familia. *La función del padre en el siglo XXI*,(31), 7-18.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos Digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitectura de presentación*. Buenos Aires: Aula XXI, Santillana.
- Prensky, M. (2010). "Nativos e inmigrantes digitales". *SEK 2.0*, 2(5), 5 - 23.

- Roca, J. (2014). *¿Qué es un smartphone?*. Recuperado el 4 de agosto de 2014, de InformeTICfacil.com: <http://www.informeticplus.com/que-es-un-smartphone>
- Rodríguez, V. (Julio de 2013). En cualquier lugar, en cualquier momento: lo que los teléfonos inteligentes significan para el sector mediático. Suiza: KPMG.
- Saltos, N., & Vázquez, L. (2010). *¿Continuidad o cambios? políticas económico sociales*. En N. Saltos, & L. Vázquez, *Ecuador: su realidad* (págs. 316-318). Quito-Ecuador.
- Travieso, L. J., & Planella, J. (2008). "La alfabetización mdigital como factor de inclusión social: una mirada crítica". *UOCpapers*, 1(6), 1-9.
- Txema, R. d., Esther, Z., Bosterretxea, J. I., & Pefxo, I. (2006). "Estudio sobre la alfabetización audiovisual de los adolescentes vascos: recopilación de actitudes críticas y acríicas" *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 4(21),177-202.
- UNESCO. (2004). Capítulo II. Fundamentos y marco conceptual de las TICS en la fomación del docente. En UNESCO, *Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación del docente* (págs. 47-49). TRILCE.
- VISTAZO. (24 de Junio de 2014). *Padres alfabetizados, la mejor brújula*. Recuperado el 20 de septiembre de 2014, de VISTAZO: <http://www.vistazo.com/impresia/educacion/imprimir.php?Vistazo.com&id=5022>

ANEXOS

5.1. Formato de encuestas para docentes

Cantón:

Loja

Zamora

Edad:...

Sexo:

Masculino

Femenino

Tipo de Institución Educativa

Pública

Privada

Fiscomisional

Nombre de la Institución Educativa: ...

Años de Docencia: ...

Profesor de:

(Opción Múltiple)

10mo Año de Educación Básica

1ero. de Bachillerato

2do. de Bachillerato

3ero. de Bachillerato

Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.

Ninguna

Alguna

Bastante

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

(Opción Múltiple)

Computadoras

Pizarra digital interactiva (PDI)

Proyectores

Conexión a Internet

Tablets PC

Otros.....

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

No lo sé

¿Posee un Smart Phone?

Sí

No

¿Para qué utiliza un Smart Phone?

Sólo para realizar llamadas y mensajes

Revisar correo electrónico

Conectarse a redes sociales

Realizar consultas en la Web

Otros:

Los recursos educativos que utiliza con sus alumnos son:

Programas educativos comerciales

Programas educativos de libre disposición

Presentaciones (PowerPoint)

Procesadores de texto (Word, Excel)

Entornos virtuales de aprendizaje

Blogs

Portales educativos

Redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter)

Bancos de imágenes y sonidos

Foros

Otro:

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

Sí

No

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

Sí

No

No lo sé

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí

No

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

Sí

No

No lo sé

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

Sí ()

No ()

No lo sé ()

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

Sí ()

No ()

No lo sé ()

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

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

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

De mi medio de información habitual. ()

Del medio informativo que considero más fiable. ()

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

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

Nada ()

Un poco ()

Bastante ()

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

Sí

No

No lo sé

Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...

(Puede marcar más de una casilla)

Ocio

Acción social

Fines Académicos

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

(Puede marcar más de una casilla)

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

El autor de la información.

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

Otro:

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Sí

No

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

Nada

Un poco

Bastante

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

Sí

No

No lo sé

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

Nada

Un poco

Bastante

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

(Puede marcar más de una casilla).

Instinto personal.

Guía determinada por el aspecto del sitio.

Busca comentarios de otros usuarios.

Confío mis datos a páginas Web que conozco.

No confía nunca sus datos a ninguna página Web.

Otro:

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

Sí

No

5.2. Formato de encuestas alumnos

Edad

14 ()

15 ()

16 ()

17 ()

18 ()

Sexo:

M ()

F ()

Tipo de Centro Educativo

Público ()

Privado ()

Fiscomisional ()

Nombre del Centro Educativo

.....

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

Ninguna ()

Alguna ()

Bastante ()

Otro:

5.1 ¿Cómo la has adquirido?

Autodidacta (He aprendido por mí mismo) ()

Ayuda de compañeros y amigos ()

Conferencias ()

- Talleres
- Cursos específicos
- No la he adquirido
- Asignatura en el curso actual

¿Cuál es el navegador que más utilizas?

- Internet Explorer
- Safari
- Firefox
- Google Chrome

En caso de ninguno de los anteriores escribe cuál:

6.1 Señala la razón principal por la que lo utilizas

- Es el que venía pre-instalado en mi ordenador
- Es el que conozco
- Debido a sus características creo que es el más adecuado
- Es más intuitivo
- Es más rápido
- Es más seguro
- Por el diseño que presenta

Otro:

¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?

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

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

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

"Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum " ()

Etapas literarias Jorge Enrique Adoum ()

Obra Jorge Enrique Adoum ()

Jorge Enrique Adoum Literatura ()

Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum ()

Etapas " Jorge Enrique Adoum " ()

Las etapas literarios de Jorge Enrique Adoum ()

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

Wikipedia ()

Monografías.com ()

Diccionario Bibliográfico ()

Rincón del Vago ()

Ecuador Literatura ()

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

Opción múltiple.

El diseño de la página. ()

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

Tiene fecha de creación y actualización. ()

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

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

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

Señala si conoces cómo:

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

Señala si has realizado alguna de estas actividades:

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

¿Qué red social utiliza más?

Opción múltiple.

Facebook	()
Twitter	()
Google +	()
Instagram	()
Sonico	()
Hi5	()

Utilizas las redes sociales para:

Opción múltiple.

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

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

- Sí
- No
- Nos/Noc

13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?

Difundiendo a través de las redes sociales informaciones relevantes sobre los derechos de las personas.

A través de la participación activa en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos.

Colaborando con ONGs

Haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos través de correos electrónicos o redes sociales.

No participo

Otro:

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

Concepto	Firewall	Google Docs	YouTube	Itunes	Tableta Gráfica	Objetivo	Podcast	Software
1. - Radio difusión de noticias y eventos en formato sonoro, descargable de sitios Web.								
2.- Lente o conjunto de lentes que permite ver las imágenes en la medida y en las características que se quiere.								
3.- Sitio Web que permite a los usuarios subir, ver y compartir vídeos.								
4.- Parte de un sistema o una red que está diseñada para bloquear el acceso no autorizado, permitiendo al mismo tiempo comunicaciones autorizadas.								
5.- Conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador.								
6.- Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.								

7.- Programa gratuito basado en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo.								
8. - Programa de música que da acceso a millones de canciones.								

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

Sí ()

En algunos casos ()

No ()

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

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

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

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

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

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

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

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

distintos lenguajes de programación informáticos						
6.- Monta las imágenes para que tengan sentido completo.						
7.- Es el responsable del mantenimiento o programación de un sitio Web.						
8.- Distribuye los objetos en el decorado de una producción audiovisual.						

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

Sí

No

Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme

Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

Programas concretos de la televisión privada.

Programas concretos de la televisión pública.

La programación completa de cadenas privadas.

La programación completa de cadenas públicas.

La privacidad en las redes sociales. ()

La vulnerabilidad de los datos en Internet. ()

Algunas cadenas de radio. ()

El acceso a páginas con limitación de edad. ()

Otro:

¿Decides por ti mismo sobre qué vez?

Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta.

Sí, dispongo de televisión en el cuarto.

Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa.

No, mis padres o hermanos mayores deciden qué se ve en la televisión.

Solo algunas veces

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

La crítica especializada. ()

Es una película taquillera o un programa con mucha audiencia. ()

Todo el mundo habla sobre dicho programa o película. ()

Aprendo con ese tipo de programas. ()

Es entretenido y me ayuda a distraerme. ()

Aparece publicado y compartido o retwiteado por muchas personas

en mis redes sociales. ()

No me he parado a pensarlo, siempre he visto ese programa. ()

Me gusta el presentador o los actores. ()

Otro:

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

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

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

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

Sí	()
No	()
No sé	()

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

PhotoShop	()
Final Cut Pro	()
Paint	()
Movie Maker	()
Adobe Audition	()
Adobe Premiere	()
Sony Vega	()
Adobe After Effects	()
No he utilizado ninguna	()

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

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

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

- Imagen A ()
- Imagen B ()
- Imagen C ()
- Imagen D ()
- Imagen E ()
- Imagen F ()
- Imagen G ()

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

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

¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?

Sí ()

No ()

No sé lo que significa ()

Nombra y describe un anuncio que recuerdes

.....

27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

Por el producto que anuncia ()

Música pegadiza ()

Calidad visual, imágenes, colores ()

El o la modelo que aparece ()

La historia que cuenta ()

Describe muy bien el producto ()

Otro:

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

Imagen A ()

Imagen B ()

¿Por qué has escogido esta página?

El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos. ()

Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano. ()

Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento... ()

La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar contenidos importantes. ()

El color de fondo y la fuente facilitan la lectura. ()

Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo. ()

Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite.

La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas

Sensación de poder

Con la PlayStation puedo hacer cualquier cosa

No transmite nada

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

Sí

Tal vez

No

¿Puede influir en otras personas?

Sí

No

¿Por qué les influye?

Por los argumentos

Por las emociones

Por los argumentos y las emociones

No les influye

No sé

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

De acuerdo

En desacuerdo

No sé

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

Sí ()

No ()

No sé ()

¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?

Sí ()

No ()

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

Pregunta	Justificación	Puntuación	Nivel de dominio	Opciones de Respuesta
6.- Cuál es el navegador que más utilizas	Tecnología-análisis Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.	Depende del cruce con la siguiente pregunta		1. Internet Explorer 2.Safari 3. Firefox 4. Google Chrome 5. En caso de ninguno de los anteriores escribe cuál
6.1.- Señala la razón principal por la que lo utilizas.	Tecnología – análisis Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.	Respuestas 3,4, 5 y 6= 2 puntos Respuestas 2 y 7= 1 punto Respuesta 1 = 0 puntos	2. El alumno domina las características y herramientas del motor de búsqueda. 1. El alumnado conoce la herramienta que usa en sus búsquedas y sus características. 0. El alumnado no conoce las características de su buscador ni ha tenido capacidad de decisión sobre éste.	1. Es el que venía pre-instalado en mi ordenador. 2. Es el que conozco. 3. Debido a sus características creo que es el más adecuado. 4. Es más intuitivo. 5. Es más rápido. 6. Es más seguro. 7. Por el diseño que presenta. 8. Otro

<p>7. ¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?</p>	<p>Tecnología</p> <p>Análisis:</p> <p>Saber cuál es el nivel de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.</p> <p>Ideología y valores:</p> <p>Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.</p>	<p>Respuesta 1 = 0 puntos</p> <p>Respuesta 2= 2 puntos</p>	<p>0. El alumno es capaz de realizar una búsqueda de manera adecuada aunque carece de una planificación previa</p> <p>2. El alumno es capaz de realizar una búsqueda eficazmente.</p>	<p>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.</p> <p>2. Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos y las herramientas disponibles, escojo los términos o palabras claves, evitando ambigüedades; utilizo más de una herramienta de búsqueda y finalmente comparo y evalúo la información hallada para seleccionar la que más se adapte a mis objetivos.</p>
<p>8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por</p>	<p>Ideología y valores – análisis</p> <p>Habilidad para buscar</p>	<p>Respuestas 5 y 6 = 2 puntos</p>	<p>2. El alumnado identifica los conceptos más relevantes para la</p>	<p>1. "Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum"</p>

<p>ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?</p>	<p>informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.</p>	<p>Respuestas 2 y 4 = 1 punto</p> <p>Respuestas 1,3 y 7 = 0 puntos</p>	<p>búsqueda incluyendo operadores booleanos.</p> <p>1. El alumno identifica los conceptos relacionados con la búsqueda.</p> <p>0. El alumnado no identifica los conceptos más relevantes de la búsqueda y/o utiliza artículos, preposiciones y otras palabras irrelevantes en la búsqueda.</p>	<p>2. Etapas literarias Jorge Enrique Adoum</p> <p>3. Obra Jorge Enrique Adoum</p> <p>4. Jorge Enrique Adoum Literatura</p> <p>5. Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum</p> <p>6. Etapas " Jorge Enrique Adoum "</p> <p>7. Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum</p>
<p>9. Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Jorge Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos. Ten cuidado de no repetir ningún número.</p>	<p>Ideología y valores - análisis</p> <p>Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.</p>	<p>Respuestas 5 y 3 = 2 puntos</p> <p>Respuestas 1 = 1 punto</p> <p>Respuestas 4 y 2 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno sabe reconocer la fiabilidad de la información por las características de la Web.</p> <p>1. El alumno identifica en la Web algún rasgo de fiabilidad.</p> <p>0. El alumno no sabe cómo evaluar la fiabilidad de una Web.</p>	<p>1. Wikipedia</p> <p>2. Monografías.com</p> <p>3. Diccionario Bibliográfico</p> <p>4. Rincón del Vago</p> <p>5. Ecuador Literatura</p>

<p>9.1 ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?</p>	<p>Ideología y valores - análisis</p> <p>Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.</p>	<p>Respuestas 2 y 4 = 2puntos</p> <p>Respuesta 3,5 y 6 = 1punto</p> <p>Respuesta 1= 0 puntos</p>	<p>2. El alumno sabe evaluar la calidad de la información y la confiabilidad de las fuentes.</p> <p>1. El alumno conoce alguno de los elementos que hay que tener en cuenta en la evaluación de la información.</p> <p>0. El alumno no sabe cómo evaluar la calidad de la información en sus búsquedas en Internet.</p>	<p>1. El diseño de la página.</p> <p>2. Aparecen los nombres de los creadores y son personas o entidades reconocidas en el tema.</p> <p>3. Tiene fecha de creación y actualización.</p> <p>4. En la página aparecen todas las referencias de donde se ha tomado la información.</p> <p>5. El título corresponde exactamente con lo que estaba buscando.</p> <p>6. La información de la página proviene de una fuente confiable.</p>
<p>10. Señala si conoces cómo:</p>	<p>Tecnología :</p> <p>Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi- modal y multimedial, y se</p>	<p>Si la respuesta es SI: 2</p> <p>Si la respuesta es NO: 0</p>	<p>2. El alumno conoce como se manejan las nuevas herramientas tecnológicas.</p> <p>0. El alumno no conoce/no maneja las</p>	

	desenvuelva eficazmente en entornos mediáticos.		herramientas tecnológicas.	
11. Señala si has realizado alguna de estas actividades	<p>Tecnología – análisis:</p> <p>Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi-modal y multimedial, y se desenvuelva eficazmente en entornos mediáticos</p>	<p>Respuesta 1= 1 punto</p> <p>Respuesta 2= 2 puntos</p> <p>Respuesta 3= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno maneja con eficacia y frecuencia las nuevas herramientas tecnológicas.</p> <p>1. El alumno conoce las herramientas tecnológicas pero no las maneja con frecuencia.</p> <p>0. El alumno no conoce/no maneja las herramientas tecnológicas.</p>	<p>1. Alguna Vez</p> <p>2. Con frecuencia</p> <p>0. Nunca</p>
12. ¿Qué red social utilizas más?	<p>Tecnología-análisis</p> <p>Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi-modal y multimedial.</p> <p>Interacción – Expresión</p> <p>Capacidad de llevar a cabo un trabajo</p>	<p>Dependiendo de el número de opciones que escoja.</p> <p>Se necesita los datos las 3 Redes sociales que más se utiliza</p>	<p>2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades.</p> <p>1. El Alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje.</p> <p>0. El alumno no conoce ni utiliza ninguna herramienta.</p>	

	colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.			
12.1 Utilizas las redes sociales para:	<p>Tecnología-análisis</p> <p>Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multi-modal y multimedial.</p> <p>Interacción – Expresión</p> <p>Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos</p>	<p>Opción 1 y 2 = 2</p> <p>Opción 3 = 1</p> <p>Opción 4 = 0</p>	<p>2. El alumno aprovecha las herramientas para comunicarse e informarse.</p> <p>1. El alumno utiliza las herramientas para ocio.</p> <p>0. El alumno no utiliza adecuadamente las herramientas.</p>	<p>1. Estar en contacto con amigos, chatear</p> <p>2. Para informarte y compartir contenido</p> <p>3. Para jugar</p> <p>4. Para difundir información personal y confidencial</p>

	en entornos cada vez más plurales y multiculturales.			
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 nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad	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. No sé/ No conozco
13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?	Recepción e interacción - expresión	Respuestas 2, 4 =2	2. El alumno participa activamente en la	1. Difundiendo a través de las redes sociales informaciones

	<p>Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno</p> <p>Ideología y valores - expresión</p> <p>Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.</p>	<p>Respuestas 1, 3 = 1</p> <p>Respuesta 5= 0</p>	<p>sociedad a través de los medios.</p> <p>1. El alumno no participa tan activamente en la sociedad a través de los medios.</p> <p>0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios.</p>	<p>relevantes sobre los derechos de las personas.</p> <p>2. A través de la participación activa en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos.</p> <p>3. Colaborando con ONGs</p> <p>4. Haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos través de correos electrónicos o redes sociales.</p> <p>5. No participo.</p> <p>6. Otro:</p>
<p>14. Lea atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.</p>	<p>Tecnología-análisis</p> <p>Identificar los conocimientos que tienen sobre diferentes tecnologías.</p>	<p>8-6 relaciones correctas = 2 puntos</p> <p>5-3 relaciones correctas = 1 punto</p> <p>2-0 relaciones correctas = 0 puntos</p>	<p>2: Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas</p> <p>1: Conoce suficientemente</p> <p>0: no conoce las diferentes herramientas tecnológicas.</p>	<p>1. Radio difusión de noticias y eventos en formato sonoro, descargable de sitios</p> <p>Web.=Podcast</p> <p>2. Lente o conjunto de lentes que permite ver las</p>

			<p>imágenes en la medida y en las características que se quiere =</p> <p>Objetivo</p> <p>3. Sitio Web que permite a los usuarios subir, ver y compartir vídeos. =</p> <p>YouTube</p> <p>4. Parte de un sistema o una red que esta diseñada para bloquear el acceso no autorizado, permitiendo al mismo tiempo comunicaciones autorizadas. =</p> <p>Firewall</p> <p>5. Conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador.=</p> <p>Software</p> <p>6. Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.=</p> <p>Tableta Gráfica</p> <p>7. Programa gratuito basado</p>
--	--	--	---

				<p>en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo. = Google Docs</p> <p>8. Programa de música que da acceso a millones de canciones. = Itunes</p>
<p>15. ¿Comprendes la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentras en los medios?</p>	<p>Lenguaje-análisis</p> <p>Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>No= 0 puntos</p> <p>En algunos casos=1 puntos</p> <p>Sí = 2 puntos</p>	<p>2: Comprende bien los códigos</p> <p>1: Comprende mínimamente los códigos</p> <p>0: No comprende los diversos códigos</p>	
<p>16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en el siguiente fragmento de la película? Puedes escoger más de</p>	<p>Lenguaje-análisis</p> <p>Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>Respuestas 1, 3 y 4 =2 puntos</p> <p>Respuestas 2 = 1 punto</p> <p>Respuesta 5= 0 puntos</p>	<p>2. El alumno es capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática.</p>	<p>1. Se utilizan los primeros planos de Amelie para reflejar su estado sentimental.</p> <p>2. Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal.</p>

<p>una opción de respuesta.</p>	<p>Estética – análisis</p> <p>Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p>		<p>1. El alumno es capaz de identificar alguno de los lenguajes involucrados en la comunicación.</p> <p>0. El alumno no es capaz de identificar los lenguajes de la comunicación mediática.</p>	<p>3. La música, en este fragmento, cumple la función de potenciar aquellas emociones que no son capaces de expresar por sí solas las imágenes.</p> <p>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.</p> <p>5. La música sirve, en este fragmento de película, para ambientar la época y el lugar en que transcurre la acción.</p>
<p>17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones</p>	<p>Procesos de producción y difusión</p> <p>Conocimiento del papel de los profesionales de la producción mediática.</p>	<p>8-6 relaciones correctas = 2 puntos</p> <p>5-3 relaciones correctas = 1 punto</p> <p>2-0 relaciones correctas = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno conoce bien las profesiones expuestas</p> <p>1. El alumno conoce suficientemente</p> <p>0. El alumno no conoce las</p>	<p>1. Es el encargado de recolectar información sobre temas de moda o tendencias, principalmente a través de Internet. =</p>

		distintas profesiones.	<p>Cazador de Tendencias</p> <p>2. Es el encargado de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet. =Community Manager</p> <p>3. Es el encargado de grabar las escenas y maneja la cámara.= Camarógrafo</p> <p>4. Escribe con detalle el contenido de un documento audiovisual para su realización.= Guionista</p> <p>5. Es el encargado de programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos. = Web Master</p> <p>6. Es el encargado de</p>
--	--	------------------------	--

				programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos = Editor
18. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación?	<p>Recepción e interacción - expresión</p> <p>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</p> <p>Respuesta 2 = 0 puntos</p> <p>Respuesta 3 = 1 puntos</p>	<p>2. El alumno tiene responsabilidad social y sabe cómo ejercerla.</p> <p>1. El alumno tiene responsabilidad social pero no sabe cómo ejercerla.</p> <p>0 El alumno no tiene responsabilidad social.</p>	<p>1. Sí</p> <p>2. No</p> <p>3. Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme</p>
19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de ...	<p>Ideología y valores - análisis</p> <p>Conocer la capacidad crítica de los alumnos en relación a los medios.</p> <p>Y además completa a la respuesta anterior en el conocimiento sobre la responsabilidad social de éstos.</p>	<p>Respuesta 5,6,8 = 2 puntos.</p> <p>Respuesta 1,2,7 = 1 punto.</p> <p>Respuesta 3, 4= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno tiene capacidad crítica en la recepción de los medios.</p> <p>1. El alumno es crítico sólo ante determinados medios o en situaciones concretas.</p> <p>0. El alumno no posee actitud crítica frente a la</p>	<p>1. Programas concretos de la televisión privada.</p> <p>2. Programas concretos de la televisión pública.</p> <p>3. La programación completa de cadenas privadas.</p>

			recepción mediática.	<p>4. La programación completa de cadenas públicas.</p> <p>5. La privacidad en las redes sociales.</p> <p>6. La vulnerabilidad de los datos en Internet.</p> <p>7. Algunas cadenas de radio.</p> <p>8. El acceso a páginas con limitación de edad.</p> <p>9. Otro</p>
20. ¿Decides por ti mismo qué ves?	<p>Recepción e interacción análisis</p> <p>Capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.</p>	<p>Respuestas 1 y 3 = 2 puntos</p> <p>Respuesta 2, 5 = 1 punto</p> <p>Respuesta 4 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno tiene capacidad de decisión sobre qué ve.</p> <p>1. El alumno decide algunas veces sobre qué ve.</p> <p>0. El alumno no tiene capacidad de decisión sobre lo que ve.</p>	<p>1. Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta.</p> <p>2. Sí, dispongo de televisión en el cuarto.</p> <p>3. Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa.</p> <p>4. No, mis padres o hermanos</p>

				<p>mayores deciden qué se ve en la televisión.</p> <p>5. Solo algunas veces</p>
<p>21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?</p>	<p>Ideología y valores. Análisis</p> <p>Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.</p>	<p>Respuestas 1,4 =2puntos</p> <p>Respuestas 3, 6 y = 1 puntos</p> <p>Respuestas 2,5, 7 y 8 = 0 puntos</p>	<p>2. Actúa con capacidad crítica y adecuada escala de valores</p> <p>1. Tiene una noción básica para detectar las intenciones o intereses que subyacen en las producciones cinematográficas.</p> <p>0. Actúa sin capacidad crítica ante las producciones cinematográficas</p>	<p>1. La crítica especializada.</p> <p>2. Es una película taquillera o un programa con mucha audiencia.</p> <p>3. Todo el mundo habla sobre dicho programa o película.</p> <p>4. Aprendo con ese tipo de programas.</p> <p>5. Es entretenido y me ayuda a distraerme.</p> <p>6. Aparece publicado y compartido o retwiteado por muchas personas en mis redes sociales.</p> <p>7. No me he parado a pensarlo, siempre he visto ese programa.</p>

				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. 0. El alumno no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad.	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.
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	Respuesta 1 = 2 punto Respuestas 2 y 3 = 0 puntos	1. El alumno trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos. 0. El alumno no trabaja en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos.	1. Sí 2. No 3. No sé

	Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.			
23.1 De todas estas herramientas de edición ¿cuál o cuáles has utilizado?	<p>Lenguaje expresión</p> <p>Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.</p> <p>Tecnología-Expresión</p> <p>Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.</p>	<p>–</p> <p>Respuestas 2, 5, 6, 7, 8 = 2 puntos</p> <p>Respuesta 1, 4 = 1 punto</p> <p>Respuestas 3 y 9 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno conoce diferentes herramientas y con diferentes especificidades.</p> <p>1. El alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje.</p> <p>0. El alumno no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje.</p>	<p>1. PhotoShop</p> <p>2. Final Cut Pro</p> <p>3. Paint</p> <p>4. Movie Maker</p> <p>5. Adobe Audition</p> <p>6. Adobe Premiere</p> <p>7. Sony Vega</p> <p>8. Adobe After Effects</p> <p>9. No he utilizado ninguna</p>
24. Elabora con 5 imágenes una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1	<p>Producción expresión</p> <p>Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos</p>	<p>–</p> <p>Secuencia: 1, 5, 4, 2, 7 = 1 punto</p> <p>Otro orden = 0 puntos</p>	<p>1. El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente.</p> <p>0. El alumno no discierne mensajes</p>	

<p>y añadir 4 imágenes más.</p>	<p>para producir nuevos significados.</p> <p>Lenguaje - expresión</p> <p>Conocer la capacidad de los alumnos para construir una secuencia visual.</p>		<p>significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados.</p>	
<p>25. Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.</p>	<p>Producción y difusión-expresión</p> <p>Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal</p>	<p>Combinaciones</p> <p>4 coincidencias = 2 puntos</p> <p>3 coincidencias = 1 punto</p> <p>Menos de 3 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno conoce todos los pasos a seguir en el proceso de producción.</p> <p>1. El alumno conoce la mayoría de los pasos a seguir en el proceso de producción.</p> <p>0. El alumno no conoce el proceso de producción en su mayor parte.</p>	<p>Orden Correcto</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escribir guión. 2. Buscar locaciones. 3. Hacer casting. 4. Grabar escenas. 5. Edición de video. 6. Insertar música. 7. Insertar los créditos.
<p>26 ¿Utilizas en tus trabajos recursos creative commons?</p>	<p>Interacción-Expresión</p> <p>Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas</p>	<p>Respuesta 1= 2 puntos.</p> <p>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.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí 2. No 3. No sé lo que significa

	<p>vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.</p> <p>Ideología y valores- expresión</p> <p>Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.</p>		<p>0. El alumno no respeta ni utiliza las licencias creative commons.</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</p> <p>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</p> <p>Respuestas 1, 5: 1 punto</p> <p>Respuestas 2, 4 = 0 puntos</p>	<p>2. Es capaz de identificar claramente los aspectos de la publicidad que más le influyen.</p> <p>1. Identifica algunos aspectos que tienen menos peso.</p> <p>0. No es capaz de reconocerlos</p>	<p>1. Por el producto que anuncia.</p> <p>2. Música pegadiza.</p> <p>3. Calidad visual, imágenes, colores...</p> <p>4. El/la modelo que aparece.</p> <p>5. La historia que cuenta.</p> <p>6. Describe muy bien el producto.</p> <p>7. Otro:</p>

28. ¿Cuál de las siguientes páginas que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?	En esta pregunta , los dos anuncios tiene elementos estéticamente remarcables. Es necesaria para la respuesta siguiente.			Imagen Correcta Imagen B
28.1 ¿ Por qué has escogido esa página?	Estética- análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.	Respuestas 2, 3 y 5=2 puntos Respuestas 1,4 y 6= 1 punto Respuestas 7 =0 puntos	2. El alumno es capaz de reconocer las características estéticas que destacan en la página. 1. El alumno es capaz de reconocer alguna de las características estéticas que destacan en la página. 0. El alumno no identifica los rasgos estéticos.	Respuestas Correctas 1. El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos. 2. Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano. 3. Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento. 4. La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar

				<p>contenidos importantes.</p> <p>5. El color de fondo y la fuente facilitan la lectura.</p> <p>6. Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo.</p> <p>7. El elemento principal está en segundo plano.</p> <p>8. Otro:</p>
<p>29. Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite.</p>	<p>Recepción e interacción – análisis</p> <p>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.</p> <p>Ideología y valores - análisis</p>	<p>Respuestas 2 o 3 = 2 puntos</p> <p>Respuestas 1 o 4 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad al recibirla.</p> <p>0. El alumno no es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad.</p>	<p>1. La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas.</p> <p>2. Sensación de poder.</p> <p>3. Con la PlayStation puedo hacer cualquier cosa.</p> <p>4. No transmite nada</p>

	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.			
29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?	Recepción e interacción - análisis Capacidad de reconocer la influencia que tienen los medios sobre.. nosotros.	Respuesta 1= 1 punto Respuesta 2= 2 puntos Respuesta 3= 0 puntos	Revisar Criterios Colombia	1. Sí 2. Tal vez 3. No
29.2 ¿Puede influir en otras personas?	Recepción e interacción - análisis Junto con la pregunta anterior, demostrar el principio de la ilusión de la invulnerabilidad.	En la 29.1 responde NO y en ésta SÍ =2 puntos En la 29.1 responde SÍ y en ésta SÍ = 1 punto	2. El alumno cree que el anuncio convence a otros pero no a él. 1. Cree que el anuncio convence a todos por igual	1. Sí 2. No

<p>29.3 ¿Por qué les influye?</p>	<p>Recepción e interacción análisis</p> <p>Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.</p>	<p>Respuesta 1 y 3 =2puntos</p> <p>Respuesta 2 = 1 punto</p> <p>Respuesta 4 y 5 = 0 puntos</p>	<p>2. El alumno reconoce que el anuncio recurre principalmente a los argumentos, pero también a las emociones.</p> <p>1. El alumno reconoce medianamente que el anuncio recurre principalmente a las emociones.</p> <p>0. El alumno no es capaz de reconocer la utilización que hace el anuncio de las emociones.</p>	<p>1. Por los argumentos</p> <p>2. Por las emociones</p> <p>3. Por los argumentos y las emociones</p> <p>4. No les influye</p> <p>5. No sé</p>
<p>30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento del un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.</p>	<p>Recepción e interacción análisis.</p> <p>Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.</p>	<p>Respuesta 1 = 1 punto</p> <p>Respuesta 2 y 3 = 0 puntos</p>	<p>1. El alumno es capaz de discernir entre un mensaje que apela a las emociones y un mensaje que recurre a los argumentos.</p> <p>0. El Alumno no reconoce un mensaje emotivo ni un mensaje</p>	<p>1. De acuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. No sé</p>

	<p>Ideología y valores - análisis</p> <p>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>		que recurre a los argumentos.	
<p>31.Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente.</p>	<p>Recepción e interacción- expresión</p> <p>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</p> <p>Respuesta 2 y 3= 0 puntos</p>	<p>2. El alumno conoce reacciona y conoce posibilidades de reclamo ante contenido inconveniente.</p> <p>0. El Alumno no conoce posibilidades de reclamo ni reacciona ante contenido inconveniente.</p>	<p>1.Sí</p> <p>2. No</p> <p>3. No sé</p>
<p>¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?</p>	<p>Recepción interacción – expresión.</p> <p>Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una</p>	<p>Respuesta 1= 2 puntos</p> <p>Respuesta 2= 0 puntos.</p>	<p>2. El alumno conoce y participa activamente con las instituciones responsables.</p> <p>0. El alumno no conoce ni participa con las</p>	<p>1. Sí</p> <p>2. No</p>

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

Combinaciones:

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

- 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**

5.4. Tabla de justificación - docentes

PREGUNTA	JUSTIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	NIVEL DE DOMINIO
¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta en su institución educativa?	<p>Tecnología-análisis</p> <p>Conocer con qué recursos cuenta la institución educativa para impartir conocimientos a sus estudiantes</p>	<p>Rta 6 = 0 pto</p> <p>Rta 1 y 3 = 1 pto</p> <p>Rta 2, 4 y 5 = 2 ptos</p>	<p>La institución no cuenta con ninguna herramienta tecnológica</p> <p>Posee recursos básicos.</p> <p>Cuenta con recursos de alta tecnológica.</p>
¿Una tablet permite almacenar, procesar la información y acceder a internet?	<p>Tecnología – Análisis</p> <p>Capacidad de manejo de los dispositivos y las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.</p>	<p>Rta 3 = 0 pto</p> <p>Rta 2 = 1 pto</p> <p>Rta 1 = 2 ptos</p>	<p>0. No posee el conocimiento para identificar</p> <p>1. Posee un criterio errado en cuanto a la función del dispositivo</p> <p>2. Maneja perfectamente los conocimientos y funciones de la herramienta</p>
Google, Safari, Bing o Yahoo!... ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?	<p>Tecnología-expresión</p> <p>Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un</p>	<p>Rta 3 = 0 pto</p> <p>Rta 2 = 1 pto</p> <p>Rta 1 = 2 ptos</p>	<p>El profesor no sabe distinguir las herramientas o navegadores</p> <p>No puede distinguir los navegadores</p>

	entorno multimedial y multimodal.		Conoce perfectamente los navegadores y los maneja bien.
¿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 pts	2. Comprende bien la herramienta tecnológica y sus funciones 0.No Comprende la herramien, no sabe de la existencia de esa herramienta
¿Posee un smart phone?	Tecnología - análisis Esta pregunta es necesaria para responder a la siguiente, pero no puntuable.		
¿Para qué utiliza un Smart Phone ?	Tecnología – análisis Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.	Rta: 1 = 0 pts. Rta: 2 = 1pt Rta: 3 y 4 = 2 pts.	Realiza solo las funciones básicas de la herramienta Utiliza algunas funciones Aprovecha todas las funciones de la herramienta.

<p>Los recursos educativos que utilizo con mis alumnos son:</p>	<p>Tecnología – análisis</p> <p>Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedia.</p>	<p>Opciones: a,b,c,y d : 1 punto</p> <p>Opciones: f,g,h,i,j: 2 puntos</p>	<p>2. El docente utiliza nuevas tecnologías como herramientas de aprendizaje.</p> <p>1. El docente utiliza las herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza.</p>
<p>Conozco las herramientas para el control de los contenidos de internet de la institución educativa.</p>	<p>Tecnología - Análisis</p> <p>Compresión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.</p>	<p>Rta: 1 = 2 ptos</p> <p>Rta: 2 = 0 ptos</p>	<p>2. El docente es capaz de identificar las herramientas para el control de los contenidos.</p> <p>0. El docente no reconoce las herramientas de control de contenidos.</p>
<p>Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos.</p>	<p>Tecnología - análisis</p> <p>Compresión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.</p>	<p>Rta 1 = 2 pto</p> <p>Rta 2 y 3 = 0 pto</p>	<p>2. El docente identifica el programa informático.</p> <p>0. El docente no conoce del programa.</p>

<p>¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (photoshop, paint, etc.)?</p>	<p>Tecnología - análisis</p> <p>Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construye las representaciones de la realidad.</p>	<p>Rta a = 0 pto</p> <p>Rta b = 1 pto</p> <p>Rta c= 2 ptos</p>	<p>No es capaz</p> <p>Tiene conocimientos mínimos.</p> <p>Conoce y utiliza la herramienta para manipular imágenes.</p>
<p>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?</p>	<p>Lenguaje - análisis</p> <p>Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>Rta 1 = 0 pto</p> <p>Rta 2 = 1 pto</p> <p>Rta 3 = 2 ptos</p>	<p>No detecta ni conoce.</p> <p>La interpretación de los códigos y registros es escasa.</p> <p>Interpreta y valora perfectamente los códigos de los medios</p>
<p>¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?</p>	<p>Lenguaje - análisis</p> <p>Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las</p>	<p>Rta 1 = 0 pto</p> <p>Rta 2 = 1 pto</p> <p>Rta 3 = 2 ptos</p>	<p>0. El profesor no posee la capacidad para transmitir a través de los medios según el contexto.</p>

	estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.		<p>1. No cuenta con la capacidad suficiente.</p> <p>2. Sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.</p>
Se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo.	<p>Lenguaje – análisis</p> <p>Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p>	<p>Respuestas 1 : 0 puntos</p> <p>Respuestas 2: 1 punto</p> <p>Respuestas 3: 2 puntos</p>	<p>0. No se interesa, no aplica un lenguaje apropiado para mejorar el proceso educativo.</p> <p>2. Un mínimo interés en uso de un lenguaje entendible en el proceso educativo.</p> <p>3. Cumple y se preocupa de manera eficiente por la educación y comprensión de sus alumnos.</p>
En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal.	<p>Producción y difusión-análisis</p> <p>Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores</p>	<p>Rta 1= 2</p> <p>Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>Desconoce si existe un sistema de regulación</p> <p>Conoce la existencia del sistema de regulación</p>

	<p>sociales, colectivos y asociaciones, cumplir y tener una actitud responsable ante ellos.</p>		
<p>Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿Disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos?</p>	<p>Producción y difusión-análisis</p> <p>Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p> <p>Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>Desconoce el tema</p> <p>2. Conoce las normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos.</p>
<p>¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?</p>	<p>Producción y difusión-análisis</p> <p>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</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p> <p>Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>Desconoce el tema</p> <p>2. Conoce los derechos que tiene al ser agredido por un medio de comunicación.</p>

	<p>cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>		
<p>En nuestro país, ¿Existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?</p>	<p>Producción y difusión-análisis</p> <p>Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p> <p>Rta 2 y 3= 0 pto</p>	<p>Desconoce el tema</p> <p>2. Conoce la existencia del organismo de regulación.</p>
<p>¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?</p>	<p>Producción y difusión- análisis</p> <p>Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p> <p>Rta 2 = 0 pto</p>	<p>Maneja con responsabilidad los permisos de las redes sociales.</p> <p>Desconoce cómo manejar la privacidad de las redes sociales.</p>
<p>¿Creative Commons es una licencia para</p>	<p>Producción y difusión- análisis</p>	<p>Rta 1= 2 pto</p>	<p>Desconoce la herramienta online.</p>

<p>proteger los derechos de autor en la red?</p>	<p>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 2 y 3= 0 pto</p>	<p>Maneja Creative Commons para proteger sus productos online.</p>
<p>Facebook o Twitter, ¿Pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas?</p>	<p>Producción y difusión-análisis Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Rta a = 2 pto Rta b y c = 0pto</p>	<p>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>¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de</p>	<p>Producción y difusión- análisis</p>	<p>Rta a = 2 pto</p>	<p>Capacidad de aportar al desarrollo de competencias en</p>

<p>investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?</p>	<p>Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales.</p> <p>Recepción e interacción-análisis</p> <p>Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.</p>	<p>Rta b y c = 0 pts</p>	<p>medios de comunicación.</p> <p>No ha participado o no conoce si la elaboración de algún producto suyo está dentro de estos parámetros.</p>
<p>Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.</p>	<p>Ideología y Valores - análisis</p> <p>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,</p>	<p>Respuestas 1= 0 puntos</p> <p>Respuesta 2 = 1 punto</p> <p>Respuestas 3= 2 puntos</p>	<p>2. El docente distingue las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación.</p> <p>1. El docente identifica medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación.</p>

	etc., analizando sus causas y consecuencias.		0. No reconoce ni analiza los conceptos sociopolíticos.
Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede (puede marcar más de una casilla).	Ideología y valores – análisis Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.	Respuesta 1 = 0 punto Respuesta 2 = 1 punto. Respuesta 3 = 1 punto	1. El docente selecciona sus fuentes de una forma subjetiva. 2. El docente contrasta fuentes para realizar sus investigaciones. 0. El docente no contrasta fuentes y se conforma con la primera fuente que está a su alcance.
¿Es posible tener una relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y transformación social?	Ideología y valores- análisis Detectar la capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias, como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor y para	Rta 1 = 0 pto Rta 2 = 1 pto Rta 3 = 2 pto	No detecta ni conoce, la relación de los medios con la sociedad. El conocimiento de las relaciones es escaso. Interpreta y valora perfectamente las posibilidades que ofrecen los medios.

	abrirnos a otras experiencias.		
¿Una webquest es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?	<p>Recepción e interacción– Análisis.</p> <p>Conocer la capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.</p> <p>Ideología y valores – análisis</p> <p>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</p> <p>Rta 2y 3 = 0 pto</p>	<p>No conoce ni utiliza la herramienta.</p> <p>2. Utiliza la herramienta aprovechando la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.</p>
Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...	<p>Ideología y valores – análisis</p> <p>Saber la capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para</p>	<p>Rta a= 0 pto</p> <p>Rta b= 1 pto</p> <p>Rta c= 2 ptos</p>	<p>Utiliza las nuevas tecnologías para diversión.</p> <p>Transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno social.</p>

	transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.		Desarrollo educativo.
Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?	Ideología y valores- análisis Conocer la capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	Se guía por el dueño del medio más no por el contraste de la información. Se guía según la trascendencia profesional del autor Contrasta la información y el contenido.
En los medios, ¿Se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?	Ideología y valores análisis Saber la capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	No reconoce los estereotipos en los contenidos. Logra detectar algunos contenidos nocivos. Analiza la existencia de estos estereotipos y las consecuencias de las mismas.

	causas y consecuencias.		
La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo?	Ideología y Valores – Análisis Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	No aportan conocimiento La información favorece a su conocimiento. Puede discernir que la información genera emociones que dejan experiencias positivas y negativas.
¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?	Ideología y valores- análisis Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c= 2 ptos	No crea mensajes que eviten prejuicios o estereotipos. Los toma en consideración o los utiliza escasamente para transmitir valores. Elabora mensajes con valores que

	de compromiso social y cultural.		eviten prejuicios o estereotipos.
¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?	Estética-análisis Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.	Rta a = 2 pto Rta b = 0 pto	2. Conoce características estéticas del contenido mediático. No reconoce ni se interesa en el aspecto estético del contenido mediático.
¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, underground, nouvelle vague...)?	Estética-análisis Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.	Rta a = 0 pto Rta b = 1 pto Rta c = 2 pto	No reconoce Distingue ciertas tendencias cinematográficas. Tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos.
¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?	Recepción e interacción-Análisis Determinar la actitud activa en la interacción con la	Rta 1 = 2 pto Rta 2 y 3 = 0 pto	No conoce como participar solidariamente a través de internet. 2. Utiliza la herramienta internet

	<p>herramienta internet, entendida como oportunidad para construir una ciudadanía plena, un desarrollo integral, transformándose y transformando el entorno.</p>		<p>para generar acción social.</p>
<p>¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?</p>	<p>Recepción e interacción– Análisis.</p> <p>Saber si tienen la capacidad de interactuar con personas diversas en entornos cada vez más plurales y multiculturales.</p>	<p>Rta 1 = 0 pto</p> <p>Rta 2 = 1 pto</p> <p>Rta 3 = 2 pto</p>	<p>No utiliza los medios digitales para relacionarse con sus colegas.</p> <p>Se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas del ámbito educativo.</p> <p>Incorpora en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas.</p>
<p>Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna web toma precauciones basándome en...</p>	<p>Recepción e interacción – análisis</p> <p>Saber la capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta</p>	<p>Rta d= 2 pto.</p> <p>Rta a y c = 1 pto</p> <p>Rta b y e = 0 pto</p>	<p>No usa las redes para introducir sus datos personales y se basa en el aspecto del sitio.</p> <p>Se guía por su instinto personal y la</p>

	mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.		interacción que tiene con otros usuarios. Conoce la fuente del sitio y su fiabilidad.
¿Le gustaría recibir formación sobre Competencia Mediática?	Recepción e interacción-análisis. Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.	Rta a = 2 pto Rta b = 0ptos	Le interesa aprender sobre competencia mediática para aplicarlo en la docencia. 0. No le interesa conocer sobre competencias mediáticas para aplicarlo en su vida de docente.

5.5. Tablas de frecuencia de las preguntas de los gráficos estadísticos de alumnos

Tabla 1 Edad

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulativo
14	47	18,6	18,6	18,6
15	49	19,4	19,4	37,9
16	53	20,9	20,9	58,9
17	64	25,3	25,3	84,2
18	40	15,8	15,8	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 2 Sexo

Sexo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
Masculino	130	51,4	51,4	51,4
Femenino	123	48,6	48,6	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 3 Grado de formación audiovisual

¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulativo
Ninguna	49	19,4	19,4	19,4
Alguna	162	64,0	64,0	83,4
Bastante	42	16,6	16,6	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 4 ¿Cómo la has adquirido?

¿Cómo la has adquirido?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
1. Autodidacta	77	30,4	30,4	30,4
2. Ayuda de compañeros	47	18,6	18,6	49,0
3. Conferencias	29	11,5	11,5	60,5
4. Talleres	28	11,1	11,1	71,5
5. Cursos específicos	12	4,7	4,7	76,3
6. No la he adquirido	32	12,6	12,6	88,9
7. Asignatura en el curso actual	28	11,1	11,1	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Estudiantes - “Producción y difusión” 17, 24 y 25

Tabla 5. Definiciones

Pregunta 17._ **Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. No conoce las diferentes herramientas tecnológicas.	27	10,7	10,7	10,7
1. Conoce suficientemente	87	34,4	34,4	45,1
2. Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas.	139	54,9	54,9	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 6 Orden de imágenes

Pregunta 24. **Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes.**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno tiene algún error de continuidad al construir una secuencia visual.	210	83,0	83,0	83,0
2. El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente.	43	17,0	17,0	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 7 Contar una historia con 7 imágenes

Pregunta 25. **Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no conoce el proceso de producción en su mayor parte.	185	73,1	73,1	73,1
1. El alumno conoce la mayoría de los pasos a seguir en el proceso de producción.	33	13,0	13,0	86,2
2. El alumno conoce todos los pasos a seguir en el proceso de producción.	35	13,8	13,8	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Estudiantes- “Ideología y valores” 8, 9, 9.1, 13, 13.1, 19, 21, 26, 27, 27.1, 29 y 30

Tabla 8 Palabras de búsqueda

Pregunta 8._ **¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no identifica conceptos más relevantes de la búsqueda y utiliza artículos, preposiciones y palabras irrelevantes.	252	99,6	99,6	99,6
1. El alumno identifica los conceptos relacionados con la búsqueda.	1	,4	,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 9 Orden de importancia de buscadores

Pregunta 9._ **Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante. Ten cuidado de no repetir ningún número.**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no sabe cómo evaluar la fiabilidad de una Web.	213	84,2	84,2	84,2
1. El alumno identifica en la Web algún rasgo de fiabilidad.	38	15,0	15,0	99,2
2. El alumno sabe reconocer la fiabilidad de la información por las características de la Web.	2	,8	,8	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 10 Razones para usar ese navegador

Pregunta 9.1_ ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no sabe cómo evaluar la calidad de la información en sus búsquedas en Internet.	23	9,1	9,1	9,1
1. El alumno conoce alguno de los elementos que hay que tener en cuenta en la evaluación de la información.	138	54,5	54,5	63,6
2. El alumno sabe evaluar la calidad de la información y la confiabilidad de las fuentes.	92	36,4	36,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

*Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia***Tabla 11 Participación en temas sociales**

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

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios.	188	74,3	74,3	74,3
2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios.	65	25,7	25,7	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 12 Participación en medios

Pregunta 13.1_ ¿Cómo participas en dichos temas?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios.	133	52,6	52,6	52,6
1. El alumno no participa tan activamente en la sociedad a través de los medios.	17	6,7	6,7	59,3
2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios.	103	40,7	40,7	100,0
Total	253	100,0	100,0	

*Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia***Tabla 13 Motivos de queja social**

Pregunta 19._ ¿Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no posee actitud crítica frente a la recepción mediática.	29	11,5	11,5	11,5
1. El alumno es crítico sólo ante determinados medios o en situaciones concretas.	62	24,5	24,6	36,1
2. El alumno tiene capacidad crítica en la recepción de los medios.	161	63,6	63,9	100,0
Total	252	99,6	100,0	
Total	253	100,0		

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 14 Motivos de queja social, razones

Pregunta 19._ **Motivos ¿Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
Canales públicos	244	96,4	96,4	96,4
Canales privados	1	,4	,4	96,8
Las cadenas y los canales del gobierno	1	,4	,4	97,2
Las sabatinas	2	,8	,8	98,0
No me gusta quejarme	1	,4	,4	98,4
No me quejaría	1	,4	,4	98,8
No tengo motivos	3	1,2	1,2	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 15 Qué te lleva a ver un programa

Pregunta 21._ **¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. Actúa sin capacidad crítica ante las producciones cinematográficas.	141	55,7	55,7	55,7
1. Tiene una noción básica para detectar las intenciones o intereses ante las producciones cinematográficas.	42	16,6	16,6	72,3
2. Actúa con capacidad crítica y adecuada escala de valores.	70	27,7	27,7	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 16 Motivos por los que ve un programa

Pregunta 21. _ Motivos ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
Es entretenido me ayuda a distraerme	245	96,8	96,8	96,8
Aprendo más de los programas	1	,4	,4	97,2
El título de la película o programa	1	,4	,4	97,6
Enseñan valores y responsabilidades	1	,4	,4	98,0
La actuación con cierto tipo de contenido educativo para los jóvenes	2	,8	,8	98,8
Me parece Interesante	1	,4	,4	99,2
Por aprendizaje de la realidad	1	,4	,4	99,6
Simplemente me gusta	1	,4	,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 17 Creative Commons

Pregunta 26. _ ¿Utilizas en tus trabajos recursos Creative Commons?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no respeta ni utiliza las licencias Creative Commons.	233	92,1	92,1	92,1
2. El estudiante conoce y respeta los derechos de autor y los utiliza de manera adecuada la licencia Creative Commons.	20	7,9	7,9	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 18 Porqué eligió ese anuncio

Pregunta 27.1_ ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. No es capaz de reconocerlos	170	67,2	67,2	67,2
1. Identifica algunos aspectos que tienen menos peso.	58	22,9	22,9	90,1
2. Es capaz de identificar claramente los aspectos de la publicidad que más le influyen.	25	9,9	9,9	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 19 Porqué recuerdas este anuncio

Pregunta 27.1_ ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
Porque es llamativo	241	95,3	95,3	95,3
Es una frase inspiradora.	1	,4	,4	95,7
No lo sé	1	,4	,4	96,0
No sé	1	,4	,4	96,4
No sé qué es	3	1,2	1,2	97,6
Por las películas	1	,4	,4	98,0
Por su sabor	2	,8	,8	98,8
Porque da en la televisión	1	,4	,4	99,2
Porque están en todas partes de eventos masivos	1	,4	,4	99,6
Porque yo la utilizo	1	,4	,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 20 Que te transmite el anuncio

Pregunta 29._ Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite.

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad.	144	56,9	56,9	56,9
2. El alumno es capaz de identificar las sensaciones que le trasmite la publicidad al recibirla.	109	43,1	43,1	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 21 Capacidad de penetración de medios

Pregunta 30._ Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El Alumno no reconoce un mensaje emotivo ni un mensaje que recurre a los argumentos.	145	57,3	57,3	57,3
2. El alumno es capaz de discernir entre un mensaje que apela a las emociones y uno que recurre a los argumentos.	108	42,7	42,7	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Estudiantes – “Estética” 16, 22, 28 y 28.

Tabla 22 Lenguaje audiovisual

Pregunta 16._ ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película? Puedes señalar todas las opciones que creas adecuadas.

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no es capaz de identificar los lenguajes de la comunicación mediática.	10	4,0	4,0	4,0
1. El alumno es capaz de identificar alguno de los lenguajes involucrados en la comunicación.	17	6,7	6,7	10,7
2. El alumno es capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en comunicación mediática.	226	89,3	89,3	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. **Elaboración:** propia

Tabla 23 Presentación de fotografía

Pregunta 22._ Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante. Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla.

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no conoce las características básicas para definir una imagen de calidad.	219	86,6	86,6	86,6
1. El Alumno conoce medianamente las características para definir la calidad de una imagen.	29	11,5	11,5	98,0
2. El alumno conoce las características básicas para definir la calidad de una imagen.	5	2,0	2,0	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 24 Anuncio de bebidas

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

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. Imagen A	51	20,2	20,2	20,2
2. Imagen B	202	79,8	79,8	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 25 Porqué escogió esta opción

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

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
0. El alumno no identifica los rasgos estéticos.	2	,8	,8	,8
1. El alumno es capaz de reconocer alguna de las características estéticas que destacan en la imagen.	126	49,8	49,8	50,6
2. El alumno es capaz de reconocer las características estéticas que destacan en la imagen.	125	49,4	49,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 26 Motivo de selección

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

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
Es llamativo	250	98,8	98,8	98,8
Porque es la gaseosa que me gusta	2	,8	,8	99,6
Tiene mejores gráficos	1	,4	,4	100,0
Total	253	100,0	100,0	

Fuente: estudiantes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

5.6. Tablas de frecuencia de las preguntas de los gráficos estadísticos de docentes

Tabla 27 Sexo

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
Masculino	26	49,1	49,1	49,1
Femenino	27	50,9	50,9	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 28 Edad

Edad	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
De 25 a 40 años	25	42,2	42,2	42,2
De 40 a 50 años	7	22,6	22,6	22,6
De 50 en adelante	21	30,2	30,2	30,2
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 29 Años de docencia

Experiencia	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
10 años de docencia	23	49,1	49,1	49,1
10 a 20 años de docencia	18	32,1	32,1	32,1
20 a 40 años de docencia	12	18,9	18,9	18,9
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 30 Años de educación básica

AÑO DE EDUCACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
10mo Año de Educación Básica	17	32,1	32,1	32,1
1er Año de Bachillerato	14	26,4	26,4	58,5
2do Año de Bachillerato	7	13,2	13,2	71,7
3er Año de Bachillerato	15	28,3	28,3	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 31 Años de educación básica

GRADO DE FORMACIÓN RECIBIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
Ninguna	13	24,5	24,5	24,5
Alguna	30	56,6	56,6	81,1
Bastante	10	18,9	18,9	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Docentes - "Producción y difusión" 22, 23, 24, 25, 26, 27,28 y 29

Tabla 32 Consejo audiovisual

Pregunta 22 ¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce si existe un sistema de regulación.	45	84,9	84,9	84,9
2. Conoce la existencia del sistema de regulación.	8	15,1	15,1	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 33 Códigos deontológicos

Pregunta 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?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce el tema	38	71,7	71,7	71,7
2. Conoce las normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos.	15	28,3	28,3	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 34 Denuncias por contenido inapropiado

Pregunta 24 ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?

¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce el tema	21	39,6	39,6	39,6
2. Conoce los derechos que tiene al ser agredido por un medio de comunicación.	32	60,4	60,4	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 35 Protección a la infancia de contenidos en la TV

Pregunta 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?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce el tema	9	17,0	17,0	17,0
2. Conoce la existencia del organismo de regulación.	44	83,0	83,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. *Elaboración:* propia

Tabla 36 Privacidad en redes sociales

Pregunta 26 ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce cómo manejar la privacidad de las redes sociales.	30	56,6	56,6	56,6
2. Maneja con responsabilidad los permisos de las redes sociales.	23	43,4	43,4	100,0
Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: docentes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia***Tabla 37 Creative Commons**

Pregunta 27 ¿Creative Commons es una licencia para proteger los derechos de autor en la Red?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. Desconoce la Herramienta online	44	83,0	83,0	83,0
2. Maneja Creative Commons para proteger sus productos online.	9	17,0	17,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: docentes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia***Tabla 38 Facebook o twitter**

Pregunta 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?

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. No conoce las normas a las que se somete al ingresar a estas redes sociales.	18	34,0	34,0	34,0
2. Conoce y usa las normas de manera responsable para su beneficio.	35	66,0	66,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

Tabla 39 Presentación en proyectos

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

Indicador	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
0. No ha participado o no conoce si la elaboración de algún producto suyo está dentro de estos parámetros.	39	73,6	73,6	73,6
2. Capacidad de aportar al desarrollo de competencias en medios de comunicación.	14	26,4	26,4	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Fuente: docentes de los colegios seleccionados. Elaboración: propia

5.7. Resultados padres de familia

5.7.1. Análisis grupo focal padres de familia – Zamora

El grupo focal estuvo conformado por 12 personas en un grupo equitativo de género de 6 hombres y 6 mujeres, esta muestra representa los padres de familia de los alumnos de los colegios participantes del proyecto. La técnica de investigación se realizó de forma adecuada propiciando la discusión, haciendo adecuado uso del tiempo, posibilitando la participación de forma equitativa además del control oportuno por la moderadora del grupo.

El resultado obtenido del grupo focal presentado en esta parte es un análisis general que está elaborado en base a las dimensiones estudiadas en la investigación, hemos encontrado 4 competencias que predominan en los padres de familia que son:

Dimensión de tecnología en el ámbito del análisis los padres de familia comprenden el papel que desempeña la tecnología en la sociedad y los posibles efectos, además en el ámbito de la expresión se encuentra una alta capacidad de manejar correctamente las herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.

Procesos de interacción: los participantes logran valorar efectos cognitivos de las emociones tomando conciencia de ideas y valores asociados con los personajes acciones y valores según el caso emociones positivas y negativas. También tienen capacidad plena para utilizar el ocio mediático de sus hijos y a través de normas planteadas en el hogar convertirlos en una oportunidad de aprendizaje.

Los participantes tienen conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes de acuerdo a la materia de medios audiovisuales y la actitud responsable ante dichas situaciones.

Producción y difusión: se determinó que los padres de familia poseen la capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos propios o ajenos.

Ideología y valores: los participantes afirman que saben cómo confirmar las fuentes de información extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite demostrando una actitud ética al momento a la hora de descargar productos útiles para consulta la actitud o el visionando de entretenimiento.

5.7.2. Grupo focal - preguntas y respuestas

Pregunta 1 moderador._ **¿Los cambios actuales de la sociedad, sobre todo en los medios de comunicación y el tema de la Internet, han influido en sus hijos?, ¿cuál es la diferencia entre el tiempo en el que estudiaban ustedes y el tiempo de estudio actual de sus hijos?**

Respuesta: “Es muy diferente, anteriormente uno tenía que investigar en la biblioteca para estudiar, ahora no, tienen la facilidad de coger e ingresar a Internet copiar y pegar, y nada más”.

Pregunta 2 moderador._ **¿Y todos sus hijos hacen eso?**

Respuesta 2: “Sí, efectivamente, mi hijo coge y pega; bueno creo que ahí también tenemos parte nosotros como padres que no les estamos preguntando, no nos estamos preocupando enseñándoles de cómo debería ser una verdadera investigación, también que aquí en el colegio no les orientan en ese sentido”.

Análisis

En la pregunta 1 y 2 realizadas por la moderadora podemos identificar claramente en las respuestas de los participantes la presencia de la dimensión de la tecnología dentro del ámbito del análisis podemos decir que los padres comprenden el papel que desempeña la tecnología en la sociedad y los posibles efectos sean estos positivos o negativos.

Pregunta 3 moderador._ **¿Cuál cree que es la diferencia de cuando se educaba usted y la actualidad en la educación de su hijo con respecto a Internet?**

Respuesta: “La limitación que había antes era enorme, no todos teníamos acceso a una computadora y peor para Internet; recuerdo que yo me tope por primera vez con una computadora cuando estaba en primer año de universidad y al toparla me dio miedo a dañarla. Ahora los niños del pre-kínder ya inician la computadora y algunos hasta mejor que uno”.

“La ventaja es que tienen el mundo en sus manos en la información, pero la desventaja es que todavía ellos no están preparados para poner limitaciones y no pueden discernir qué es lo bueno de lo malo, con un clic puede abrir muchas ventanas en una computadora y no todo lo que tiene Internet es bueno, entonces ellos por su inmadurez todavía no lo pueden calificar y pueden decir esto sí me conviene leer o no me conviene leer”.

La respuesta obtenida en esta pregunta define que los padres de familia tiene un alto nivel de conocimiento en la dimensión de Ideología y valores, en la capacidad analítica de saber

confirmar las fuentes de información extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite, de lo que conviene o no ver en lo que se refiere a información presente en la Web, es por ello que encuentran como una ventaja la presencia de la nueva tecnología, pero proponen se brinde mayor información en temas relacionados al uso de herramientas tecnológicas para poder guiar a sus hijos.

Pregunta 4 moderador._ ¿Es importante que los jóvenes tengan acceso a Internet y acceso a todos los medios de comunicación, o tal vez como padres deben limitar ese acceso?

Respuesta: “Sí es importante, considero que debemos estar actualizados en las noticias informativas, los padres de familia que debemos limitar algunas páginas a las que no pueden ingresar nuestros hijos en cierta edad, en casa se puede decir: hasta aquí tienes acceso; esto es muy fácil se puede pedir y decir que no den este servicio”.

Pregunta 5 moderador._ ¿Ustedes facilitan el acceso a Internet desde dispositivos móviles a sus hijos?

Respuesta: Levanten la mano quién tiene Internet en casa (todos), levanten ahora quien le permite a su hijo tener un teléfono celular, con Internet y con WiFi (todos).

Análisis

En la pregunta 4 y 5 se presenta la dimensión de procesos de interacción se muestra un nivel alto en la capacidad de valorar efectos cognitivos de las emociones tomando conciencia de ideas y valores asociados con los personajes acciones y valores según el caso emociones positivas y negativas. Los padres reconocen que pueden poner límites a sus hijos al punto de llegar a utilizar el ocio mediático para convertirlo en una oportunidad de aprendizaje.

Pregunta 6 moderador._ **¿El colegio en donde estudian sus hijos se les brinda formación en el tema crítico sobre uso de redes y tecnologías?**

Respuesta: “Es muy poco, es limitada la formación que les dan, en casa si deberíamos poner los límites, porque, todo viene de casa que es madre de la educación”.

Pregunta 7 moderador._ **¿El colegio aporta con nuevas tecnologías para formación audiovisual como por ejemplo: salas de cómputo o Internet; para formación del conocimiento?**

Respuesta: “Sí, pero en realidad nosotros como padres más, hoy por hoy, se va se consulta o sea Internet es una biblioteca efectiva, segura, al instante y por la que todos nos inclinamos”.

Análisis

En la pregunta 6 y 7 los padres de familia llegan a una sola conclusión señalando que las instituciones de la ciudad de Zamora no brindan la formación necesaria que sus hijos

requieren, no están actualizados y tampoco saben distribuir las tareas que les envían a consultar pues aceptan las tareas con la primera fuente que han encontrado los alumnos en la red.

Pregunta 7 moderadores: **¿Usted siempre tiene acceso a Internet?**

Respuesta: Sí

Pregunta 8 moderador._ **¿Usted tiene perfil en alguna una red social?**

Respuesta: “Solo en Facebook, Skype; por ejemplo mi niña vive fuera de Ecuador, entonces para mí lo más rápido es Internet, porque una cosa es escribirnos pero otra es vernos constantemente, poder hablar, poder vernos cómo estamos físicamente; entonces yo si tengo”.

Pregunta 9 moderador._ **¿Ustedes tienen conocimiento de que sus hijos tiene perfiles en redes sociales?**

Respuesta: “Todos Sí, los podemos ubicar a ellos, saber cómo están”.

Pregunta 10 moderador._ **¿Usted conoce algún tipo regulación que existe en el país sobre medios de comunicación con respecto de la información, y el acceso?**

Respuesta: “Sí, ahora he visto que en las escuelas a los niños prácticamente se les exige que utilicen el Internet, el celular todo eso. Eso para mí es una preocupación porque antes no se permitía que el joven lleve el celular al aula”.

Pregunta 11 moderador._ **¿De qué manera el colegio aporta a que el joven sea crítico?**

Respuesta: “Conversando con mi hijo me he dado cuenta que no les orientan nada, simplemente les envían una tarea a investigar; esto es una falencia en las instituciones educativas, porque los padres que tenemos estudios superiores logramos un mayor conocimiento al seleccionar las páginas, como navegadores de Internet en donde se encuentre información realmente valiosa. Internet contiene tanta información que incluso se contradice, hay sitios que no sirven para una tarea, como el rincón del vago.

El colegio y los profesores deberían orientar a los estudiantes, formarles críticamente y decirles en qué páginas puede encontrar información que les anime a ellos a leer un poco más y no irse a lo más cortito y resumido”.

Pregunta 12 moderador._ **Si ustedes hacen una comparación entre el tema televisión y computador, ¿a qué medio creen que sus hijos le dedican más tiempo?**

Respuesta: “En la computadora (Todos), no podemos decirles más de eso, nosotros no pasamos en la casa y cuando llegamos ellos se dedican a lo que uno les puede ayudar. Pero a veces como nosotros también tenemos el Internet en los teléfonos los vemos conectados,

entonces sabemos que están ahí. Es una manera de controlar, se le manda un mensaje: ya desactívale hijo de ahí, que no quiero que estés metido ahí todo el día ahí en Internet”.

Pregunta 13 moderador._ **Para abrir un perfil en Facebook hay ciertas restricciones, por ejemplo el tema de la edad, ¿se cumplen estas normas en las redes sociales?**

Respuesta: “Todos, mienten de 13 años para arriba dice que pueden sacar una, entre las cláusulas que están ahí, entonces ellos rapidito le ponen otra edad y ya”.

Pregunta 14 moderador._ **¿Cuántos años tiene su hija?**

Respuesta: “15 años, pero tengo 3 hijas más pequeñas que también tienen Facebook ha se mucho tiempo”.

Análisis

En la dimensión de procesos de interacción dentro del ámbito de la expresión se logra un nivel alto en el conocimiento de las posibilidades legales al momento de reclamar sobre el incumplimiento de las normas vigentes de acuerdo a la materia de medios audiovisuales y la actitud irresponsable ante dichas situaciones. Los padres reconocen que pese a que existen restricciones en las redes al momento de crear una cuenta en la Web, las normas de seguridad son fáciles de violar pues se puede mentir sobre la edad y la información es visible para el usuario, como ejemplo una página con acceso solo para mayores de 18 años deja ver su contenido a un niño de 10 y para ello lo único que hace el niño es crear un correo que indique que tiene 18 años.

Intervención final del moderador._ “Este tipo de investigación la hacemos para que quede documentada, y toda la investigación que hemos recolectado de sus jóvenes también porque a ellos se les ha hecho una encuesta específica de competencias mediáticas (sobre lo que conocen, sobre lo que no conocen). Asimismo estamos dispuestos a aceptar y acoger sugerencias y posibles propuestas para mejorar y facilitar información a alumnos, docentes y padres de familia”.

Conclusiones del grupo Focal:

Participante 1 (M): “De lo que nos indica usted, van a hacer una investigación respecto a eso, para formación de los medios; a mí me gustaría que como dicen nos den soluciones y se nos diera un taller tanto a los padres como a los alumnos para efectivamente guiar nosotros a ellos en ese sentido”.

Participante 2 (H): “Yo veo es que con Internet, se están perdiendo otras costumbres que eran interesantes antes, por ejemplo el hábito de leer un libro, si ahora a un joven le dicen lea este libro y de un resumen, lo buscan en Internet nada más al resumen y ya no lee el libro”.

Participante 3 (M): “Pienso que todos nos hemos vuelto tan dependientes de esto, o sea que vivimos con esto, dormimos con esto, nos levantamos con esto. Me acuerdo que hace años sino nos comunicábamos con esto no pasaba nada, de alguna manera nos comunicábamos con la familia; pero ahora somos tan dependientes, es como una droga para nosotros, sino tenemos esto, si nos inyectamos con esto no vivimos”.

Participante 4 (H): “Se habla ya de las enfermedades del futuro en los jóvenes como la adicción a la tecnología y los juegos. Mucho más difícil de tratar otras adicciones, entonces a ratos la tecnología no la utilizamos nosotros, sino parece que la tecnología nos usa a nosotros y nos domina”.

Participante 5 (M): “Caer en los extremos es malo, ahora trabaja mamá y papá; y bueno es de acuerdo a cada circunstancia de cada hogar. Pero si se les poner límites, siempre vamos a partir del punto de confiar en Dios, confiar en nuestros hijos; porque si no estamos ahí obviamente nosotros como padres, por ejemplo mi hijo Sebastián se dedica más a la computadora, pero por su edad todavía tiene la televisión, tengo una nena de 13 años que igual, quizá Juan Sebastián que tiene 10 años tuvo Facebook antes que la que tiene 13, entonces partiendo de que cada persona somos un mundo y hay que respetarlos. Por ejemplo no está demás un consejo: mi vida quién te está enviando las invitaciones, le conoces a la persona, déjame ver para ver quién es, de dónde viene, cómo se llama, cosas así”.

Participante 6 (H): “La tecnología para mí es muy importante, los jóvenes están en otra época y nosotros tuvimos otra; lo importante y necesario sería en los jóvenes hacer que utilicen bien la tecnología, dándoles indicaciones, como nuestros hijos nos van a entender. Nosotros también cuando hubo la televisión nuestros padres nos decían hasta aquí pueden ver este programa, hasta cierta hora a descansar; entonces si nosotros hacemos eso en la parte del Internet, nuestros hijos si van a aceptarnos eso”.

5.8. Proyecto de investigación

Loja, 31 de marzo de 2014.

Ph.D. María Isabel Punín

COORDINADORA DE TITULACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio del presente me permito solicitar se digne aprobar el proyecto de tesis denominado: “Estudio de Competencias Mediáticas y Audiovisuales. “Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicas de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”. Luego de haber realizado la revisión y análisis con el docente sugerido como director de tesis.

Por la favorable atención al presente, le reitero mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

.....
Karla Paulina Salinas Sinchire

.....
Inés Daniela Rosillo Ruiz

.....
Vto. Bno.

COORDINACIÓN DE TITULACIÓN

.....
Vto. Bno

DIRECTOR DEL DEP. DE COM. SOCIAL

Loja, 31 de marzo del 2014

Mg. Andrea Velásquez.

DOCENTE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Dejo constancia de haber revisado y estar de acuerdo con el proyecto de Tesis, titulado: “Estudio de Competencias Mediáticas y Audiovisuales. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”.

Presentado por:

Salinas Sinchire Karla Paulina

Rosillo Ruiz Inés Daniela

Particular que comunico para los fines legales pertinentes.

Mg. Andrea Velásquez

.....

DIRECTORA DE TESIS

FIRMA

Visto Bueno Coordinador de Titulación

F).....

PROYECTO DE TESIS

Título "Estudio de Competencias Mediáticas y Audiovisuales. "Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, estética, en el año 2014".	Tema propuesto por:	
	Universidad	Departamento de Ciencias de la Comunicación (UTPL).
	Estudiantes	2
	Otros	

Mg. Andrea Velásquez.

DIRECTORA DE TESIS

Salinas Sinchire Karla Paulina

Rosillo Ruiz Inés Daniela

TESISTAS

DURACIÓN DEL PROYECTO

Seis meses

Tiempo previsto de ejecución: 6 meses

Fecha de iniciación: marzo 2014

FINANCIAMIENTO DEL TRABAJO

Costo Estimado del Trabajo: 1,127.00

Explicar claramente la forma de financiamiento **Propio:** 100% **Privado:** 0 %

TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS

“Estudio de Competencias Mediáticas y Audiovisuales. “Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014”.

I. INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La primera vez que el mundo se conectó fue en el año de 1969 un 5 de diciembre, cuatro computadoras se convirtieron en las protagonistas de la nueva era denominada mundo de la Web 2.0. Hoy en día siglo XXI con la globalización e interacción inevitable en las redes, es imposible mantenerse alejado del mundo mediático de las redes sociales y competencias audiovisuales, éstas son las herramientas que la nueva generación de jóvenes ha convertido en parte de su vida.

La educación se adhiere a este proceso evolutivo lentamente especialmente en zonas como la ciudad de Zamora, lugar seleccionado en el cual se pretende valorar y conceptualizar la aceptación y capacidad de análisis y crítica en jóvenes de 14 a 17 años, docentes y padres de familia, de los colegios públicos.

Para reforzar este proyecto, según referencias bibliográficas encontradas, investigadores especializados en educación, competencias mediáticas y audiovisuales como García, Ahumada y Sandoval, opinan respecto de la educación diciendo “Los medios de comunicación influyen poderosamente en nuestra sociedad, lo que está siendo objeto de rigurosas investigaciones para tratar de mejorar la educación mediática de la ciudadanía, la cual se ha convertido en una herramienta clave para facilitar la incorporación de los ciudadanos, de forma activa y responsable, a la sociedad, haciendo uso de los medios de una manera inteligente, esto es, reconociendo la influencia que ejercen en sus percepciones y opciones personales; favoreciendo una actitud crítica, reflexiva y plural ante los medios”. (García, Ahumada & Sandoval, 2013, p. 39)

Asimismo otros autores e investigadores del mundo educativo y mediático han llegado a considerar la alfabetización en medios, como un movimiento necesario para extender las nociones del conocimiento de los poderosos medios de comunicación post-imprensa que dominan el panorama informativo y ayudan a la gente a comprender, producir y negociar significados, en una cultura hecha de imágenes, palabras y sonidos. (Tirado, Hernando, García, Santibáñez & Marín, 2012)

Finalmente luego de leer las opiniones vertidas por expertos en la educación, podemos señalar que el uso de competencias mediáticas de una forma adecuada, es hoy en día una gran ventaja competitiva de quienes desarrollen su destreza de comprensión y análisis pues dejan abierta su mente a las aguas de conocimiento que cada vez crece en abundancia con el objetivo de nutrir y convertir a las mentes jóvenes en fuentes ricas en conocimiento.

II.- JUSTIFICACIÓN

Como estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja de la Carrera de Comunicación Social, a nivel académico podemos justificar que esta universidad forma profesionales con un perfil apropiado para la investigación en temas que influyan en la sociedad; consecuentemente con este estudio tenemos la oportunidad de aplicar los conocimientos obtenidos en las aulas universitarias, presentando soluciones viables para los mismos.

Por ello nos propusimos realizar nuestro proyecto de tesis denominado "Estudio de Competencias Mediáticas y Audiovisuales". Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales (estudiantes, docentes y padres de familia) de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, con énfasis en tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores, y estética, en el año 2014"

Tomando en consideración que los medios de comunicación hoy en día juegan un papel fundamental dentro de la Educación y Desarrollo de nuestra sociedad queremos conocer el comportamiento de los adolescentes frente a lo que consumen diariamente, para saber si las ventajas que brindan los medios audiovisuales han sido aprovechadas al máximo y así determinar si cumplen con el fin de Educar, Informar y Entretener, pero sobre todo si han pasado de ser consumidores pasivos para convertirse en consumidores activos que generen productos y críticas a partir de los contenidos que reciben diariamente.

Para continuar con nuestra investigación elaboramos la introducción, donde realizamos una explicación detallada de todos los procesos y métodos que se utilizan en esta investigación.

En cuanto a la revisión de la literatura nos basamos en un marco referencial en donde exponemos de manera teórica que son las Competencias Mediáticas Audiovisuales

considerando y analizando los diferentes puntos de vista de diversos y destacados autores con el fin de afianzar nuestro conocimiento.

Al analizar esta problemática consideramos oportuno realizar una investigación de campo la cual se aplicará a jóvenes de 14 a 17 años de colegios públicos, además del análisis de competencias en docentes y padres de familia, de la ciudad de Zamora, de esta manera se determinará y resolverá todas las interrogantes planteadas durante este proceso de indagación.

Nuestro trabajo investigativo va encaminado a cumplir con los objetivos propuestos y la hipótesis planteada, para lo cual a lo largo de la investigación contrastaremos los objetivos, vinculando la teoría con la práctica, el acopio científico extraído de fuentes bibliográficas existentes, información recogida de fuentes empíricas, además la hipótesis la verificamos mediante la aplicación de encuestas realizadas a 12 estudiantes de cada uno de los 9 colegios públicos existentes en la ciudad de Zamora, un número de 8 docentes por cada institución y finalmente se desarrollará un focus group a 10 padres de familia en un grupo equitativo de 5 hombres y 5 mujeres.

El presente trabajo quedará a consideración de la Comunidad Universitaria, esperando que les sirva como fuente de consulta para los estudiantes y profesionales de Comunicación Social.

III. OBJETIVOS

General:

Establecer el nivel de competencias mediáticas en cuanto a las dimensiones de producción y difusión, ideología y valores, y estética en jóvenes de 14 a 17 años de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, e identificar la capacidad acceso y comprensión existente en docentes y padres de familia con su participación en dichas herramientas.

Específicos:

- Analizar las necesidades de la muestra seleccionada en relación a los niveles de competencias mediáticas en alumnos, docentes y padres de familia de los colegios públicos de la ciudad de Zamora, frente a tres dimensiones específicas: producción y difusión, ideología y valores y estética.
- Determinar el tipo de herramientas digitales utilizadas para la enseñanza por los docentes en las dimensiones de: producción y difusión, ideología y valores y estética.
- Identificar el nivel de interés de los padres de familia en el uso e interacción de las competencias mediáticas citadas.
- Verificar preferencias y hábitos de consumo cultural de los jóvenes de entre 14 a 17 años.

IV. HIPÓTESIS

- Los alumnos de 14 a 17 años y profesores de los colegios públicos de la ciudad de Zamora no poseen un nivel adecuado de competencias mediáticas en las dimensiones: producción y difusión, ideología y valores, y estética, por tanto su capacidad de análisis y crítica es bajo demostrando una gran desventaja en el mundo competitivo de la comunicación y educación.

- Las herramientas utilizadas por los docentes son básicas, los materiales usados para la enseñanza son: papelotes, cartulinas, dramatizaciones y en algunos casos presentaciones en power point.
- Los padres de familia de los alumnos se muestran interesados en brindar una educación actualizada basada en competencias que les sean favorables a sus hijos, sin embargo pese a que ellos cuentan con la tecnología necesaria no saben cómo utilizar sus recursos para mejorar su crecimiento intelectual y crítico.
- El consumo cultural en los jóvenes carece de componentes educativos y ricos en contenido; el hábito más común es compartir documentos poco confiables, consultas básicas, videos de Youtube, juegos en red, etc. Su interacción en redes es carente de ortografía y sus mensajes mal estructurados.

IV. METODOLOGÍA

La palabra “método” es sinónimo de “camino” y también la forma de hacer algo, por ello el siguiente proyecto utiliza métodos y técnicas de investigación documental, en donde se hará la recopilación de antecedentes históricos en libros y documentos; además de la aplicación de métodos de investigación de campo como: entrevistas, encuestas, observación y focus group, dirigidos a las muestras seleccionados. **Analizaremos tres dimensiones específicas:** producción y difusión, ideología y valores, y estética.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

- **Bibliográfica:** investigación teórica, a través de consultas en: fuentes bibliográficas, revistas, textos, artículos científicos e Internet.
- **Descriptiva:** es el estudio descriptivo elaborado a través de la recolección de datos en los colegios públicos de la ciudad de Zamora. Este método nos ayudará a indagar sobre la capacidad de comprensión de alumnos, docentes y padres de familia frente a las competencias mediáticas.
- **De campo:** consiste en la aplicación de una encuesta dirigida a estudiantes y docentes; además se añade una reunión de observación denominada focus group que se realizará con los padres de familia.

Es necesario señalar que los instrumentos de investigación han sido desarrollados detenidamente, con plena concentración y enfocados en cada segmento de la muestra, de ese modo realizaremos una comparación de datos entre los colegios.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- **Técnica del fichaje:** se refiere a la consulta bibliográfica para adquirir la información correspondiente que fundamente la investigación.
- **Focus Group:** es la observación y la conversación directa, la cual se realizará a un grupo específico de 10 padres de familia, tomando una muestra equitativa de 5 mujeres y 5 hombres, de los colegios públicos de la ciudad de Zamora. La muestra seleccionada para esta técnica, durante el desarrollo de la investigación, en una conversación directa y grabada nos darán a conocer sus inquietudes y manifestarán su vínculo en lo que se refiere a la frecuencia de uso de nuevas tecnologías.
- **Encuestas:** la técnica más usada al momento de obtener respuestas del tema de estudio, puede realizarse por dos vías: online o impreso, aplicable a docentes

- y alumnos. Utilizaremos el método cuantitativo mediante el programa de estadística SPSS.

V. RECURSOS

Humanos:

Para el desarrollo adecuado de este proyecto es necesario contar con la colaboración directa y constante de las autoridades responsables de cada una de las 9 instituciones públicas de la ciudad de Zamora, ellos o ellas serán quienes con su autorización, faciliten la ejecución de esta investigación. Asimismo es importante la participación activa del docente designado como Director de Tesis y finalmente el buen desempeño de quienes están en el desarrollo pleno de este proyecto.

Equipos

EQUIPOS, MATERIALES E INSTALACIONES	DISPONIBILIDAD
Cámara fotos	Sí (Propio)
Grabadora	Sí (Propio)
Cámara de video	No (Colaboración de la UTPL)
Computadora	Sí (Propio)
Trasporte	No (Público con recursos propios)
Hospedaje	No (Reservación, recursos propios)

Presupuesto

Detalle	Costo
Internet	40.00
Copias	60.00
Transporte	50.00
Hospedaje	80.00
Pilas	7.00
Empastado	50.00
Suministros de oficina	40.00
Matrícula proyecto tesis final	800.00
Total	1,127.00

Cronograma de Actividades

Meses	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo del proyecto	X	X	X																					
Aprobación del proyecto				X																				
Elaboración de encuestas y criterios de valoración					X	X																		
Redacción de Marco teórico							X	X	X	X														
Recopilación de información mediante encuestas										X	X	X	X	X	X									
Focus group															X									
Descripción análisis e interpretación de resultados																X	X							
Elaboración de conclusiones y recomendaciones																	X	X						
Revisión del borrador																			X	X				
Correcciones																					X	X		
Presentación final																								X

V. BIBLIOGRAFÍA

GARCÍA, AHUMAA Y SANDOVAL (2013). *Revista de Educación Mediática y TIC. La Educación Mediática en la Formación Profesional. Propuesta de Inclusión*. Colombia.

FERRÉS Y PISCITELLI (2012), *Revista Comunicar. La Competencia Mediática: Propuesta Articulada de Dimensiones e Indicadores*. España, Argentina.

TIRADO, HERNANDO, GARCÍA, SANTIBÁÑEZ Y MARÍN (2012). *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes. La competencia mediática en personas mayores*. España.

BERNAL Y ANGULO (2013), *Revista Científica de Educomunicación. Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales*. España.

FUMERO, ROCA Y SÁEZ (2006), *Web 2.0. Los nativos digitales*. España.

CABERO, J. Y LLORENTE, M.C. (2008) *Revista Portuguesa de Pedagogía. La alfabetización digital de los alumnos. Competencias digitales para el siglo XXI*. España.

ALVARRACÍN, G. (2000) *Bases Epistemológicas de la Educomunicación, Definiciones y Perspectivas de su Desarrollo*. Ecuador

5.9. Fotografías de los colegios encuestados

Primer colegio._ Madre Bernarda Décimo año de educación básica



Madre Bernarda Primer Año de Bachillerato



Madre Bernarda Segundo Año de Bachillerato



Madre Bernarda 3er Año de Bachillerato



12 de Febrero 10mo Año de Educación Básica



12 de Febrero 1ero de Bachillerato



12 de Febrero 2do de Bachillerato



12 de Febrero 3ero de Bachillerato



Luis Felipe Borja 10mo Año de Básica



Luis Felipe Borja 1er Año de Bachillerato



Luis Felipe Borja 2do Año de Bachillerato



Luis Felipe Borja 3er Año de Bachillerato



San Francisco 10mo Año de Basica



San Francisco 1er Año de Bachillerato



San Francisco 2do Año de Bachillerato



San Francisco 3er año de Bachillerato



5.10. Oficios entregados



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Doctora
Blanca Encalada
RECTORA DEL COLEGIO AMAZONAS
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 Espíritu Santo.

En este sentido, queremos solicitarle nos permita ingresar al Colegio que acertadamente usted dirige para encuestar a un grupo de profesores y estudiantes del décimo a tercer año de bachillerato y padres de familia.

Asimismo, quisiéramos solicitar nos permita utilizar una de las salas de cómputo con Internet del Colegio para realizar la encuesta.

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

Atentamente,

Diana Rivera
**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



Recibido: 13/11/14
09/11/2014



REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE EDUCACIÓN
COORDINACIÓN DE EDUCACION ZONAL 7
DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACION INTERCULTURAL BILINGÜE DE YACUAMBI ZAMORA

Oficio No. 0190-SG.
Zamora, 28 de marzo del 2014

Licenciada
Diana Rivera
DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
Loja.-

De mi consideración:

Con un atento y cordial saludo me dirijo a Usted, para hacerle conocer que cuenta con la debida Autorización para que realice la investigación en los ocho Centros Educativos del Distrito Yacuambi-Zamora, solicitándole que una vez terminada la Investigación de los mismos se digne hacerme conocer los resultados del proceso de competencia audiovisual", aplicada en estos centros.

Con sentimientos de consideración y respeto, suscribo.

Atentamente,

"No habrá revolución ciudadana sin una revolución educativa"



Mgs. Mario R. Paz Ocampos
DIRECTOR DISTRITAL DE EDUCACION YACUAMBI ZAMORA
Alva Andrea Torres

Educamos para tener Patria
Dirección de la DDE, Zamora -Ecuador: García Moreno y José Luis Tamayo
Teléfax: 2606-357 2605-147 2605-401.



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Licenciada
Nube González
RECTORA DEL COLEGIO SAN FRANCISCO
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 Espíritu Santo.

En este sentido, queremos solicitarle nos permita ingresar al Colegio que acertadamente usted dirige para encuestar a un grupo de profesores y estudiantes del décimo a tercer año de bachillerato y padres de familia.

Asimismo, quisiéramos solicitar nos permita utilizar una de las salas de cómputo con Internet del Colegio para realizar la encuesta.

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

Atentamente,

Diana Rivera
**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



UNIDAD EDUCATIVA FISCOSOL
"SAN FRANCISCO"
SECRETARÍA
Recibido Por:
Fecha: 08-01-2014
Hora: _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Doctor
Máximo Pardo
RECTOR DEL COLEGIO LUIS FELIPE BORJA
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 Espíritu Santo.

En este sentido, queremos solicitarle nos permita ingresar al Colegio que acertadamente usted dirige para encuestar a un grupo de profesores y estudiantes del décimo a tercer año de bachillerato y padres de familia.

Asimismo, quisiéramos solicitar nos permita utilizar una de las salas de cómputo con Internet del Colegio para realizar la encuesta.

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

Atentamente,

Diana Rivera
**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



Francisco L. Lozano
3 de agosto 2018





UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Hermana
Mónica Songor
RECTORA DEL COLEGIO MADRE BERNARDA
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 Espíritu Santo.

En este sentido, queremos solicitarle nos permita ingresar al Colegio que acertadamente usted dirige para encuestar a un grupo de profesores y estudiantes del décimo a tercer año de bachillerato y padres de familia.

Asimismo, quisiéramos solicitar nos permita utilizar una de las salas de cómputo con Internet del Colegio para realizar la encuesta.

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

Atentamente,

Diana Rivera
**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

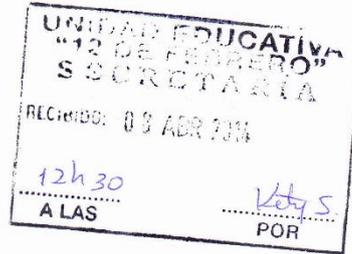


COLEGIO FISCOMISIONAL "MADRE BERNARDA"
ZAMORA CHINCHIPE, ZAMORA
SECRETARÍA GENERAL
RECIBIDO
FECHA: 29-04-19. HORA: 11:49
NOMBRE:
FIRMA: *Una. Kaysal Piro*



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Doctor
Luis Amable Duque
RECTOR DEL COLEGIO 12 DE FEBRERO
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 Espíritu Santo.

En este sentido, queremos solicitarle nos permita ingresar al Colegio que acertadamente usted dirige para encuestar a un grupo de profesores y estudiantes del décimo a tercer año de bachillerato y padres de familia.

Asimismo, quisiéramos solicitar nos permita utilizar una de las salas de cómputo con Internet del Colegio para realizar la encuesta.

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

Atentamente,

Diana Rivera
**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**





REPÚBLICA DEL ECUADOR

DIRECCIÓN DISTRITAL UNO DE EDUCACION DE ZAMORA CHINCHIPE
DEPARTAMENTO DE ANALISIS E INFORMACION EDUCATIVA

Zamora, 05 de Marzo del 2014

Prof. Emérita Jiménez C. JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ANALISIS E
INFORMACION EDUCATIVA DIRECCIÓN
DISTRITAL YACUAMBI-ZAMORA 19D01

A petición verbal de parte interesada

CERTIFICA:

Que, en el DISTRITO YACUAMBI- ZAMORA 19D01, no existe ningún
Institución Educativa de nivel Medio con sostenimiento Particular.

La presente información reposa en la oficina de GESTIÓN DE ANALISIS E
INFORMACION EDUCATIVA, de la Dirección Distrital 01 de Educación de
Zamora Chinchipe.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando hacer uso
del presente en lo que estime conveniente.

Emérita Jiménez Cabrera

RESPONSABLE DE ANALISIS E INFORMACION EDUCATIVA
DISTRITO 01- YACUAMBI- ZAMORA

