



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN LOS PROFESORES DE
EDUCACIÓN BÁSICA EN LA ZONA RURAL EL ESFUERZO

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

Línea de investigación: Educación, comunicación, culturas, sociedad y valores

Autoría:

Cabezas Cobeña Daviana Juliet

Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen

Dirección:

Romero Gutiérrez José Marcelino, Mg.

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

HOJA DE APROBACIÓN

**ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN
BÁSICA EN LA ZONA RURAL EL ESFUERZO**

Línea de investigación: Educación, comunicación, culturas, sociedad y valores

Autoría:

Cabezas Cobeña Daviana Juliet

Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen

Aprobado por:

Romero Gutiérrez José Marcelino, Mg.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.
CALIFICADORA

Moreira Cedeño Marcelo Cristian, Mg.
CALIFICADOR

Moreira Cedeño Marcelo Cristian, Mg.
COORDINADOR DE LA CARRERA DE GRADO

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Nosotras, Cabezas Cobeña Daviana Juliet, portadora de la cédula de ciudadanía 1724795735, y Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen, portadora de la cédula de ciudadanía 2350149957, declaramos que los resultados obtenidos en la investigación que presentamos como informe final, previo a la obtención del Grado de Licenciada en Comunicación son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaramos que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Igualmente, declaramos que todo resultado académico que se desprenda de esta investigación y que se difunda tendrá como filiación la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, reconociendo en las autorías al director del Trabajo de Titulación y demás profesores que amerita.

Además, declaro que el presente trabajo, producto de las actividades académicas y de investigación, forma parte del capital intelectual de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 16, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior.

En tal razón, autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, para que pueda hacer uso, con fines netamente académicos, del Trabajo de Titulación, ya sea de forma impresa, digital y/o electrónica o por cualquier medio conocido o por conocerse, siendo el presente documento la constancia del consentimiento autorizado; y, para que sea ingresado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su conocimiento público, en cumplimiento del artículo 103 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cabezas Cobeña Daviana Juliet
C.C. 1724795735

Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen
C.C. 235014957

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESCRITO DE GRADO

Yullio Cano de la Cruz, PhD.

Dirección de Investigación y Postgrados

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo

De mi consideración,

Por medio del presente informe en calidad de director del Trabajo de Titulación del Grado de Licenciatura en Comunicación titulado: ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN LA ZONA RURAL EL ESFUERZO, realizado por las estudiantes: Cabezas Cobeña Daviana Juliet con cédula de ciudadanía 1724795735 y Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen con cédula de ciudadanía 2350149957, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, informo que el presente Plan del Trabajo de Titulación escrito se encuentra finalizado conforme a la guía y al formato de la Sede vigente, por lo que queda aprobado conforme a lo establecido en el Artículo 85.- Aprobación del plan, establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la PUCE en su versión vigente del 6 de junio de 2022.

Además, certifico haber verificado la originalidad y autenticidad del trabajo de titulación por medio del programa anti plagio Turnitin, en respuesta a la normativa institucional vigente.

Santo Domingo, 27/09/2024.

Atentamente,

Romero Gutiérrez José Marcelino, Mg.

Profesor Titular Auxiliar I

RESUMEN

En la sociedad actual se demandan habilidades avanzadas en medios de comunicación y tecnologías de la información. Estas habilidades son claves para enseñar y adaptarse al entorno digital. El objetivo principal de esta investigación fue contribuir para mejorar el nivel de alfabetización y habilidades mediáticas de los docentes en la parroquia rural El Esfuerzo, utilizando un enfoque cuantitativo y experimental, y adaptando un instrumento de investigación, que abordó el nivel de habilidades mediáticas en estudiantes y docentes en Colombia. Mediante un *pre test* se identificó que, las seis dimensiones evaluadas (tecnología, lenguaje, ideología y valores, proceso de producción y difusión, estética y proceso de interacción), las más débiles son el lenguaje y estética. Esto indica que los docentes tienen dificultades en estas áreas, limitando su capacidad para integrar dichas competencias mediáticas en el entorno educativo digital. El diagnóstico permitió implementar un plan de formación en habilidades mediáticas y tecnológicas, adaptado al entorno específico de los docentes de la U.E. El Esfuerzo y su contexto rural.

Los resultados del *post test* reflejan un avance del 5% en las dimensiones, mejorando las habilidades docentes y demostrando el impacto positivo del plan de formación. En conclusión, a pesar de los avances logrados con el plan de formación, los resultados muestran que el nivel de competencia de los docentes sigue siendo medio en todas las dimensiones evaluadas. Esto subraya la necesidad de intensificar los esfuerzos y ajustar las estrategias de formación para alcanzar un nivel óptimo de habilidades mediáticas.

Palabras clave: Educomunicación, competencia mediática, alfabetización mediática, brecha digital, educación básica.

ABSTRACT

In today's society, advanced skills in media and information technology are in demand. These skills are key to teaching and adapting to the digital environment.

The main objective of this research was to contribute to improving the level of literacy and media skills of teachers in the rural parish of El Esfuerzo, using a quantitative and experimental approach, and adapting a research instrument, which addressed the level of media skills in students and teachers in Colombia. Through a pre-test, it was identified that, of the six dimensions evaluated (technology, language, ideology and values, production and dissemination process, aesthetics and interaction process), the weakest are language and aesthetics. This indicates that teachers have difficulties in these areas, limiting their ability to integrate these media skills in the digital educational environment. The diagnosis allowed the implementation of a training plan in media and technological skills, adapted to the specific environment of the teachers of the U.E. El Esfuerzo and its rural context. The results of the post-test reflect a 5% progress in the dimensions, improving teaching skills and demonstrating the positive impact of the training plan. In conclusion, despite the progress achieved with the training plan, the results show that the level of competence of teachers remains average in all the dimensions evaluated. This underlines the need to intensify efforts and adjust training strategies to achieve an optimal level of media skills.

Keywords: Educommunication, media competence, media literacy, digital divide, basic education.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Antecedentes	13
1.2. Planteamiento y delimitación del problema.....	14
1.3. Preguntas de investigación.....	16
1.4. Justificación.....	16
1.5. Objetivos de investigación	17
1.5.1. Objetivo general	17
1.5.2. Objetivos específicos	17
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	19
2.1. Educomunicación.....	19
2.2. Alfabetización mediática	22
2.3. Competencia mediática	25
3. METODOLOGÍA	33
3.1. Enfoque y tipo de investigación.....	33
3.2. Unidades de análisis.....	34
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación	35
3.4. Técnicas de análisis de datos	36
4. RESULTADOS	37
4.1. Diagnóstico de resultados	37
4.1.1. Clasificación de preguntas por dimensión.....	37
4.1.2. Peso por dimensión	38
4.1.3. Peso por ámbito	39
4.1.4. Calificación de la competencia mediática.....	40
4.1.5. Nivel de competencia mediática	41
4.2. Plan de formación	42
4.2.1. Diagnóstico.....	43

4.2.2.	Objetivo	43
4.2.3.	Presupuesto	43
4.2.4.	Programación	43
4.2.5.	Valoración del proceso de formación	49
4.3.	Evaluación del plan integral de formación	49
5.	DISCUSIÓN	52
6.	CONCLUSIONES	55
7.	RECOMENDACIONES	57
8.	ANEXOS	59
9.	REFERENCIAS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensión de lenguaje	28
Tabla 2. Dimensión de ideología y valores	28
Tabla 3. Dimensión de estética	29
Tabla 4. Dimensión de proceso de interacción	30
Tabla 5. Dimensión de procesos de producción y difusión	31
Tabla 6. Dimensión de tecnología	32
Tabla 7. Preguntas por dimensión.....	37
Tabla 8. Peso de competencia	39
Tabla 9. Peso de ámbito por competencia.....	40
Tabla 10. Nivel de la competencia mediática.....	40
Tabla 11. Cálculo de calificación promedio ponderada de la competencia	41
Tabla 12. Nivel de competencia mediática final.....	41
Tabla 13. Presupuesto dirigido al programa de capacitación.....	43
Tabla 14. Cronograma de ejecución de la capacitación.....	45
Tabla 15. Cálculo de calificación promedio ponderada de la competencia del post test.....	50
Tabla 16. Comparación de resultados del <i>pre test</i> con el <i>post test</i>	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Alfabetización Mediática para estudiantes y docentes	24
Figura 2. Áreas clave en la competencia mediática	27
Figura 3. Estructuración de los resultados	37
Figura 4. Modelo de plan de formación.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Indicadores de los ámbitos de análisis y expresión	59
Anexo 2. Tabulación de datos <i>Pre test</i>	60
Anexo 3. Tabulación de datos <i>Post test</i>	67
Anexo 4. Programación de la formación a los docentes dimensión lenguaje, estética, procesos de producción y difusión	74
Anexo 5. Programación de la formación a los (as) docentes dimensión tecnología	75
Anexo 6. Programación de la formación a los (as) docentes dimensión ideología y valores	76
Anexo 7. Programación de la formación a los (as) docentes dimensión proceso de interacción.....	77
Anexo 8. Carta de aprobación para realizar el <i>pre test</i>	78
Anexo 9. Solicitud del aval al ministerio de educación	79
Anexo 10. Aprobación desde la unidad educativa “El Esfuerzo” para realizar apacitaciones en competencias.....	80
Anexo 11. Banco de fotografías	82

1. INTRODUCCIÓN

La educomunicación es un ámbito de investigación transdisciplinaria que se ocupa de explorar tanto los aspectos teóricos como prácticos de dos áreas que históricamente han estado apartadas: la educación y la comunicación. También se denomina como educación mediática o didáctica de los medios. Aguaded (2012) considera que la educomunicación representa un fenómeno comunicativo de considerable importancia que define la dinámica social en el contexto de la sociedad contemporánea.

Arenas-Fernández (2022) menciona que, a lo largo de la historia, el ser humano ha empleado herramientas para la comunicación, la magnificación y la omnipresencia de los medios. En el contexto de la educomunicación es imperativo trabajar en la alfabetización en medios como base para construcción de las competencias mediáticas.

El desarrollo de habilidades en la comprensión y uso de los medios de comunicación e información (AMI) representa un conjunto integrado de habilidades esenciales permitiendo a las personas optimizar los beneficios y minimizar los perjuicios en los modernos entornos de información, comunicación y tecnología. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2022) la alfabetización engloba la habilidad de participar de manera reflexiva y analítica y con la información, diversidad de contenidos, las instituciones proveedoras de información y diversos tipos de tecnologías digitales. Cabe destacar, que la UNESCO promueve la alfabetización mediática lo que permite desenvolverse de manera informada en la era digital a las personas.

Por otra parte, Ferrés y Piscitelli (2012), considera que la competencia mediática implica la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes relacionados con un banco de dimensiones fundamentales, cada una de ella relacionada con dos aspectos: la participación, donde las personas reciben mensajes y se involucran en la interacción con ellos. El segundo aspecto se centra en el ámbito de la expresión, donde las personas crean y difunden mensajes. Estos indicadores son esenciales para comprender y aplicar la competencia mediática en contextos diversos, y esta competencia es un elemento decisivo

en la formación de individuos preparados para enfrentar los desafíos y oportunidades de la sociedad mediática contemporánea, siendo especialmente relevante en la era de la información y la comunicación.

1.1. Antecedentes

En el actual ecosistema mediático saturado de información, es esencial investigar el grado de competencia mediática de los profesores, actores fundamentales en el proceso educativo. La pandemia ha impulsado una migración hacia un modelo sin precedentes de generación y consumo de información, generando desafíos que resaltan la necesidad de fortalecer la alfabetización mediática como base para la competencia (Corona, 2021). En este contexto, se ha realizado un análisis de los cambios ocurridos con el objetivo de proponer una agenda crítica desde la perspectiva de los profesores.

En el contexto regional, Arenas-Fernández (2022) realizó una investigación sobre las habilidades mediáticas en estudiantes y profesores colombianos, el propósito principal de este estudio fue evaluar el grado de competencia en 1548 estudiantes de diferentes niveles educativos (educación básica, media y superior) y en 103 profesores de educación superior en cinco regiones de Colombia. La metodología usada fue de naturaleza cuantitativa, de tipo descriptivo y con un diseño transversal no experimental.

Los resultados revelaron que todos los grupos examinados tienen un nivel moderado de competencia mediática, pero muestran variaciones en sus habilidades en las distintas dimensiones. Estas diferencias destacan carencias que influyen en cómo se relacionan con los medios y la tecnología. El estudio indica que las instituciones educativas no tienen un rol principal y que las habilidades se adquieren principalmente mediante aprendizaje autodidacta.

En el contexto nacional, González et al. (2019) han destacado la necesidad de disminuir la brecha digital y proporcionar capacitación a estudiantes, educadores y ciudadanos en general, con el fin de fomentar habilidades y competencia en el uso y consumo de medios, abarcando tanto los espacios tradicionales como los digitales. El

estudio realizado se propone determinar si la tipología del sistema educativo (incluyendo la educación regular en zonas urbanas, la educación regular en zonas rurales y la educación flexible y a distancia) ejerce una influencia significativa en el desarrollo de habilidades mediáticas en la localidad de Loja.

A través de la implementación de un cuestionario, se evidenció que los estudiantes que cursaron la educación regular en entornos urbanos poseen un nivel más elevado de competencia mediática en comparación con sus contrapartes en el estudio. Se identificaron variaciones significativas vinculadas al género, la edad y el nivel general de competencia mediática. La muestra abarca 68 instituciones educativas en Ecuador, incluyendo escuelas, colegios y universidades de diversos tipos, como privadas, públicas, fiscomisionales y municipales. El enfoque principal del estudio se centra en la competencia mediática en el contexto educativo ecuatoriano.

A nivel local, no se encontraron estudios específicos sobre la alfabetización digital de padres de adolescentes en Santo Domingo. No obstante, Castellanos et al. (2022) abordó esta temática en una investigación centrada en evaluar el nivel de alfabetización digital de progenitores de adolescentes en la misma ciudad. La metodología utilizada incluyó una evaluación medida por el coeficiente alfa de Cronbach ($\alpha=0.78$) y la muestra consistió en 402 padres con edades entre 28 y 55 años.

Los resultados revelaron que la preferencia de los padres hacia el uso de la computadora para acceder a las redes sociales, especialmente en Facebook, donde desempeñan mayoritariamente el rol de "prosumidores". Aunque poseen habilidades intermedias en el manejo de tecnologías y redes sociales, también son conscientes de los riesgos asociados. La conclusión principal de la investigación destaca que la mayoría de los padres requieren orientación y apoyo para navegar eficientemente en el entorno digital.

1.2. Planteamiento y delimitación del problema

Después de analizar los antecedentes en el tema en cuestión a nivel internacional, nacional y local se observó que existe una carencia en la alfabetización digital y

competencia mediática en estudiantes, profesores y padres en diferentes contextos y regiones. Estos estudios resaltan que, a pesar de las variaciones, la mayoría de los grupos analizados muestran un nivel moderado de competencia mediática, lo que afecta su relación e interacción con los medios de comunicación y las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Además, indican que las instituciones educativas no han desempeñado un papel central en la adquisición de la competencia, lo que sugiere la necesidad de mejorar la formación en este ámbito.

La Constitución de la República de Ecuador, en su artículo 347, puntos 7 y 8, establece las obligaciones del Estado, en el literal 7 menciona que “erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post-alfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rezago educativo” y Art,8, “incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales” (Asamblea Nacional de la República de Ecuador, 2008, p. 156).

Estos artículos destacan el compromiso de Ecuador en la erradicación de distintas manifestaciones de analfabetismo, al tiempo que impulsa activamente la educación continua. Sin embargo, existe una carencia en la formación de competencias necesarias para que los individuos interactúen eficazmente con la información disponible en los entornos digitales.

De la misma manera, si bien existen estudios estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) realizados en el 2022 sobre TIC, analizan que una persona de entre 15 y 49 años es catalogada como analfabeta digital si cumple al mismo tiempo con tres condiciones: 1) carece de un teléfono celular en funcionamiento, 2) no ha empleado una computadora en los últimos 12 meses, y 3) no ha accedido a internet durante el mismo periodo de tiempo. Sin embargo, estos no analizan cómo la sociedad utiliza las TIC al margen del uso, ya sea académico, informativo, laboral, ocio u otros.

Retomando el estudio Rivera, Rogel et al. (2019) se hace referencia en la importancia de proporcionar formación en alfabetización mediática tanto a los educadores

como a los estudiantes, así como a la sociedad en su conjunto en Ecuador. Por ello, es fundamental trabajar en la formación de los docentes, quienes según el estudio presentan un nivel medio-bajo en cuanto a competencia mediática.

1.3. Preguntas de investigación

La alfabetización y la competencia mediática se configuran como habilidades esenciales en la construcción de una sociedad digital, especialmente para aquellos que trabajan en la formación de la comunidad. La Zona Rural presenta un contexto particular con respecto a la brecha digital y sobre todo en la construcción de competencia mediática.

El problema central de la investigación es ¿Cómo mejorar la formación del profesor rural como actor clave en el aprendizaje en alfabetización y en competencia mediática? A raíz de esta interrogante surgen las siguientes preguntas complementarias.

¿En qué medida poseen los profesores rurales conocimientos para acceder y comprender eficazmente los mensajes emitidos en los nuevos medios de comunicación?

¿Cómo pueden los profesores contribuir de manera significativa a la formación de una comunidad digital de calidad, promoviendo la alfabetización y competencia mediática en la sociedad?

¿Cuál es el grado de compromiso de los profesores en la adquisición de nuevas habilidades en entornos mediáticos, y cómo este compromiso puede impactar positivamente en su práctica docente y en el aprendizaje de los estudiantes en contextos rurales?

1.4. Justificación

Una vez definida la problemática y los objetivos del trabajo a realizar es importante trabajar en el porqué de la investigación. En su valor por crear conciencia UNESCO (2022) destaca el avance de la alfabetización mediática e informacional, buscando capacitar a todas las personas para que desarrollen un pensamiento crítico y tomen decisiones informadas en el entorno mediático actual, en consecuencia, la investigación se enmarca en

un campo imperativo en la formación del profesorado como base para la construcción de una sociedad con competencia mediática.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona “Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post-alfabetización...” en el Art. 347, literal 7 (p.107), por ende, es importante trascender en los procesos de alfabetización digital para desarrollar una competencia, en el caso de esta investigación con respecto a los medios debido a que trabajar en este ámbito permite construir una sociedad crítica y bien informada.

Así también, según la Ley Orgánica de Educación Intercultural LOEI (2023) se menciona en el Art. 2 “...se observa la promoción de la educación para el desarrollo sostenible y convivencia armónica en el sistema educativo; ciudadanía digital formación permanente de los profesionales de la educación...” por lo cual la presente investigación contribuirá a la construcción de una sociedad digital de calidad trabajando desde la base del proceso educativo, el docente, actor clave en la transferencia del conocimiento.

La comprensión y aplicación efectiva de las tecnologías digitales en el ámbito educativo son fundamentales para preparar a las nuevas generaciones, dotándolas de habilidades necesarias en un entorno cada vez más digitalizado.

1.5. Objetivos de investigación

1.5.1. Objetivo general

Contribuir al mejoramiento del nivel de alfabetización y competencia mediática de los profesores de la parroquia rural El Esfuerzo.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel de conocimiento de los profesores para acceder y comprender mensajes en diversos nuevos medios de comunicación.

- Construir un plan de formación para el profesorado rural en alfabetización y competencia mediática.
- Evaluar el plan de formación en alfabetización y competencia mediática.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El análisis detallado de la literatura proporcionará información clave que establece el contexto de la investigación y demuestra un conocimiento profundo de los conceptos, teorías y modelos fundamentales relacionados con el tema en estudio. Con respecto a la educomunicación, alfabetización y competencia mediática lo cual permitirá sostener la propuesta del mejoramiento del nivel de alfabetización y competencia mediática de los profesores.

Se evidencia cómo estas áreas son fundamentales en la formación docente permitiendo que los profesores no solo dominen las herramientas tecnológicas, sino que también desarrollen la capacidad de enseñar a sus estudiantes a ser usuarios críticos.

2.1. Educomunicación

El término educomunicación en sus inicios, se enfocaba en examinar la educación relacionada con la comunicación, centrándose más en el funcionamiento de los canales de difusión que en los procesos de interacción entre las personas involucradas en dicha comunicación Chévez (2021). El enfoque educomunicativo instrumental percibe la fusión entre la educación y la comunicación a través de paradigmas que priorizan la transmisión informativa de manera directa. En este contexto, la comunicación se interpreta principalmente como un proceso técnico, estrechamente alineado con el modelo educativo denominado bancario (Ocampo, 2005). Este enfoque busca integrar la comunicación y la educación como componentes fundamentales en la transmisión y construcción del conocimiento, representando un avance significativo de la manera en que se concibe y se lleva a cabo la enseñanza.

De la misma manera, según Muñoz-Borja (2020) la educomunicación despliega una función esencial en la educación al incorporar tanto conocimientos como competencia, actitudes y destrezas necesarias para interactuar con una amplia gama de medios de

comunicación. Además, desde una perspectiva amplia, la educomunicación se puede describir como un área de estudio que constituye un vínculo interdisciplinario.

Por otro lado, esta perspectiva describe la forma en que se pueden fomentar y mejorar las habilidades de comunicación. Es un proceso que implica la creación de estrategias que abordan y promueven interacciones comunicativas efectivas. Se centra en la creación de planes educativos que determinan cómo llegar a audiencias específicas mediante mensajes adaptados para lograr una comunicación óptima (Chávez, 2021).

Actualmente, la educomunicación ha contribuido a diversificar, flexibilizar y hacer más accesibles tanto los procesos educativos formales como los informales. Esto se debe a que la educomunicación promueve interacciones más dinámicas que fomentan el diálogo, la cercanía y la construcción conjunta del conocimiento (Muñoz-Borja, 2020). Estas dinámicas colaborativas facilitan una comprensión más amplia y participativa, permitiendo así una educación más adaptable y abierta a diversas modalidades de aprendizaje.

Al adoptar la educomunicación como táctica educativa, Muñoz-Borja (2020), menciona que es esencial considerar no solo la capacidad para utilizar los medios de manera autónoma y adecuada, sino también comprender las múltiples facetas de la vida cotidiana que influyen en los individuos. Estas dimensiones incluyen aspectos sociales, éticos, económicos, culturales y políticos. De acuerdo con Gozávez y Contreras-Pulido (2014), es fundamental reconstruir la dimensión social, ética y política de la educomunicación.

Por otro lado, Kaplún (1997) establece que, en sus inicios, la educomunicación estaba asociada principalmente con la educación en el aula, reconociendo que toda expresión se lleva a cabo en presencia de interlocutores. En una etapa posterior, esta disciplina se expande más allá de los límites del entorno escolar, centrándose en la enseñanza destinada a comprender cómo interpretar los mensajes presentes en los medios de comunicación. De la misma manera, según Villamizar (1997) las técnicas o recursos ayudan a abordar el aprender y el enseñar con mejores perspectivas. El educador, siendo

experto en su campo, es capaz de ampliar la dimensión intelectual más allá de simplemente mediar y facilitar, con el propósito de mejorar las ideas.

Según la perspectiva de Freire (1993), se basa en los principios de la pedagogía crítica, donde se destaca el papel fundamental de las personas en el cambio y la evolución de actitudes y perspectivas. En la actualidad los medios de difusión son las herramientas educativas facilitan procesos de aprendizaje, intercambio de conocimientos y promoción del desarrollo social.

En su estudio, Dávila-Navarro (2020) señala que la educomunicación se fundamenta en la interacción entre lo educativo y lo comunicativo, contribuyendo al desarrollo de este nuevo campo tanto en lo conceptual como en las acciones que se promueven y experimentan. Por otro lado, Aparici (2010) sostiene que el término educomunicación abarca tres componentes interrelacionados: encuentros educativos, signos y comunicación. Los encuentros educativos brindan a las personas la posibilidad de explorar y desarrollar sus habilidades innatas, con el objetivo de fomentar un estilo de comunicación que favorezca relaciones más significativas y enriquecedoras.

Por otro lado, existe una técnica de interaprendizaje conocida como ERCA (Experiencia, Reflexión, Conceptualización, Aplicación) se fundamenta en el principio de utilizar experiencias concretas como punto de partida para cultivar nuevos conocimientos y habilidades.

Esta metodología prioriza la conexión directa entre lo vivido y lo que se aprenderá a través de procesos reflexivos, conceptuales y prácticos (Chila, 2023). El modelo es transversal permitiendo que los estudiantes no solo adquirir conocimientos, sino también desarrollar habilidades para comunicar efectivamente ideas educativas a través de diversos medios y contextos y contextos, preparándolos de manera integral para enfrentar los desafíos de una sociedad cada vez más interconectada y digitalizada.

2.2. Alfabetización mediática

En los comienzos del tercer milenio existió una notable evolución en el acceso y producción de información, alejándonos de la dependencia de la imprenta y el papel para adentrarse en una conexión más estrecha con bases de datos electrónicas y redes de distribución multimedia. Estos cambios no solo requieren el desarrollo de nuevas habilidades técnicas e interpretativas, sino también la comprensión de sistemas simbólicos emergentes (Gutiérrez, 2010).

Por lo que, la fusión de texto, sonido e imagen en documentos multimedia, combinada con la interactividad, generó el origen a un lenguaje específico que se convierte en importante considerar como lo es la alfabetización en lo multimedia, digital o mediático que se presenta como una necesidad ineludible en el contexto actual y esencial para afrontar los desafíos del futuro cercano (Gutiérrez, 2010).

En consecuencia, la Unión Europea (2009) manifiesta y asegura que el sistema educativo, abarcando tanto la enseñanza formal como la informal y no formal, tiene la capacidad de desempeñar un papel importante para promover y mejorar la alfabetización mediática, así como fomentar la creatividad y el potencial innovador en toda la sociedad. Esto es especialmente relevante para los niños y jóvenes, quienes, a su vez, pueden desempeñar un papel esencial al transmitir estos conocimientos a sus familias (como se citó en Gutiérrez, 2010).

Posterior a ello, la UNESCO fue la primera en destacar la importancia de integrar la educación con los medios de comunicación. En documentos más recientes, la Unión Europea emplea la expresión *Media Literacy*, que se traduce al español como alfabetización mediática (Morón et al. 2011). A través de estas adaptaciones, la terminología abarca diversos medios, desde la televisión y el cine hasta la radio, los registros musicales, los medios impresos, la Internet y las tecnologías digitales en desarrollo.

Al alcanzar la competencia en educación mediática, se promueve un nivel más elevado de alfabetización mediática entre los ciudadanos, lo que contribuye

significativamente al desarrollo de una sociedad informada y crítica. La educación mediática no solo se trata de adquirir habilidades técnicas para utilizar diferentes medios de comunicación, sino también de cultivar la capacidad de analizar, evaluar y comprender de manera reflexiva la información que se presenta a través de estos canales. Este proceso refuerza la conexión entre la alfabetización mediática y la formación ciudadana (Morón et al. 2011).

Garro (2020) afirma que, dentro del ámbito académico, la alfabetización mediática es un concepto en constante discusión que engloba diversos enfoques y prácticas. Desde la formación de usuarios en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, adoptando también enfoques que lo ven como un derecho, con el fin de dotar a la población de herramientas que les permitan analizar de manera crítica la realidad mediática y social en la que están inmersos como ciudadanos. Esta perspectiva dinámica y contextual de la alfabetización mediática evoluciona en sintonía con la aparición de nuevos medios e influencias de cambios en contextos culturales y sociopolíticos, introduciendo así estrategias de aprendizaje y modos de interpretación actualizados.

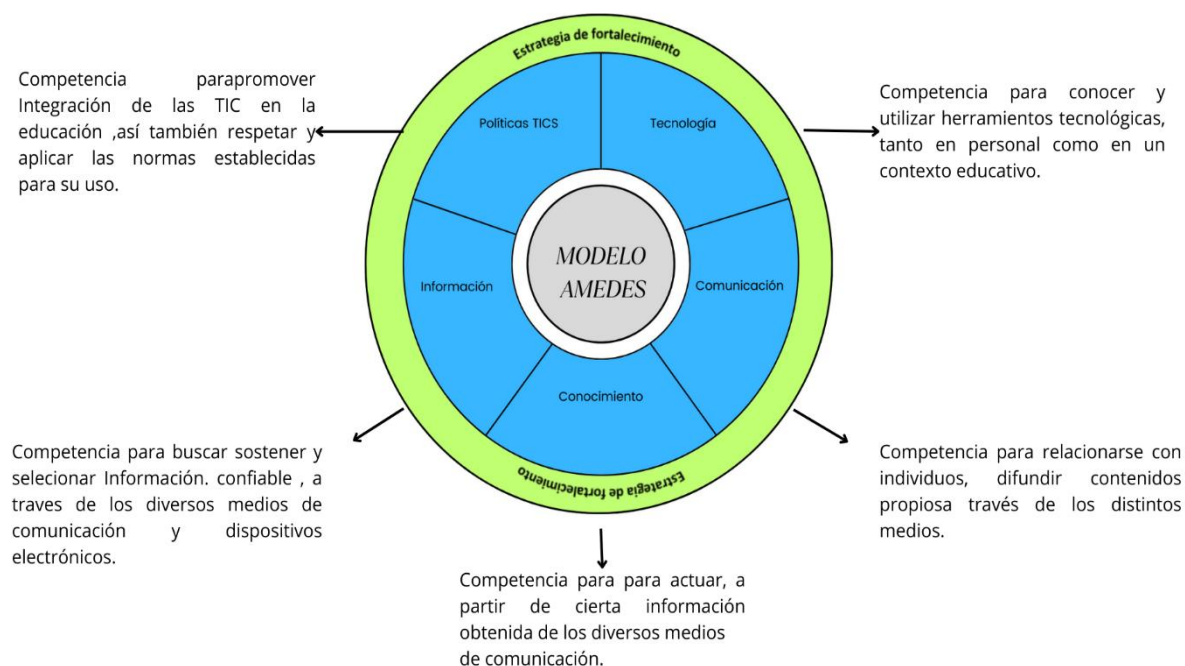
Contrastando con este enfoque, Garro señala que, a diferencia de otras regiones, en la mayoría de los países latinoamericanos la educación para los medios ocupa una posición periférica. En numerosas ocasiones, no se encuentra integrado de manera inherente en los planes de estudio, ya sea en la educación primaria o secundaria. Esta ausencia contribuye a un desarrollo limitado de experiencias y reflexiones que podrían surgir si la educación para los medios estuviera plenamente integrada y reconocida en el ámbito institucional. La carencia de este componente vital en la educación dificulta la instrucción de ciudadanos críticos y conscientes de su entorno mediático y social (como se citó en Fedorov, 2011).

Es por ello que, Altamirano (2020) propone el modelo de alfabetización mediática para profesores y estudiantes, el mismo que está relacionado con las dimensiones propuestas por (Ferrés y Piscitelli, 2012). En el cual se incluyen cinco aspectos importantes para el funcionamiento: tecnología, información, políticas TIC, conocimiento y comunicación. Este enfoque reconoce la complejidad del entorno mediático contemporáneo

y busca equipar a las personas con las habilidades necesarias para participar de manera informada y crítica en este panorama.

Figura 1.

Modelo de Alfabetización Mediática para estudiantes y docentes



Nota. Estrategia para fortalecer el perfil de Alfabetización Mediática de Estudiantes y Docentes. Fuente. Altamirano (2020).

De igual manera, García et al. (2020) en el contexto de la alfabetización digital y mediática, menciona la importancia de añadir cinco habilidades interconectadas que son: el acceso que implica no solo la capacidad de utilizar herramientas y tecnologías digitales, sino también la competencia para buscar, encontrar y acceder a información relevante de manera efectiva en el vasto panorama digital. De igual manera, se encuentra el análisis que es la capacidad de descomponer y examinar críticamente el contenido digital, identificar patrones, reconocer sesgos y evaluar la validez de los datos.

La evaluación es la tercera habilidad que busca la verificación de la precisión de la información y la consideración de posibles sesgos. No obstante, también es importante

mencionar que otras de las habilidades es la creación, la cual incita a la participación activa en la generación y distribución de contenido digital. Esto abarca la capacidad de crear contenido original, comprender y respetar los derechos de autor. Y por último se encuentra la reflexión que tiende a desarrollar un proceso de crítica sobre la Influencia de la tecnología y los medios en la sociedad.

García, detalla que estas habilidades son esenciales para la participación plena en la sociedad mediática, caracterizada por la saturación de información. Este enfoque integral sugiere que la alfabetización digital y mediática va más allá de simplemente consumir información; también implica habilidades críticas y creativas, así como la capacidad de colaborar y reflexionar sobre las decisiones informadas y participar de manera significativa en la esfera pública (como se citó en Hobbs, 2010).

2.3. Competencia mediática

La competencia mediática ha sido un tema de estudio constante y mantiene su relevancia en la actualidad. En 2007, la Unión Europea describió la competencia mediática como la capacidad de comunicarse de manera efectiva a través de cualquier medio de comunicación disponible (Dávila-Navarro, 2023).

Por otra parte, el término competencia, ampliamente utilizado en educación, pero implica una comprensión integral y contextualizada del aprendizaje. En este sentido, implica la combinación compleja e interrelacionada de conocimientos, destrezas y actitudes que se aplican de manera efectiva en situaciones específicas. De acuerdo con, García-Ruiz, et al. (2014) dentro del ámbito educacional, la competencia mediática se refiere a la convergencia e integración de lo informativo, audiovisual y digital, abordando de manera holística la capacidad para desenvolverse en estos entornos como se lo citó en la investigación.

Sin embargo, para Ferrés y Piscitelli (2012) es esencial en la competencia un conjunto y unión de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran indispensables

en relación con los medios de comunicación con el objetivo que permitirá manejar diversas dimensiones, destacándose especialmente en las áreas comunicativa y tecnológica.

Al reflexionar sobre la competencia en el ámbito educativo, es fundamental tener en cuenta ciertos elementos interrelacionados como la pedagogía, el currículo y la didáctica.

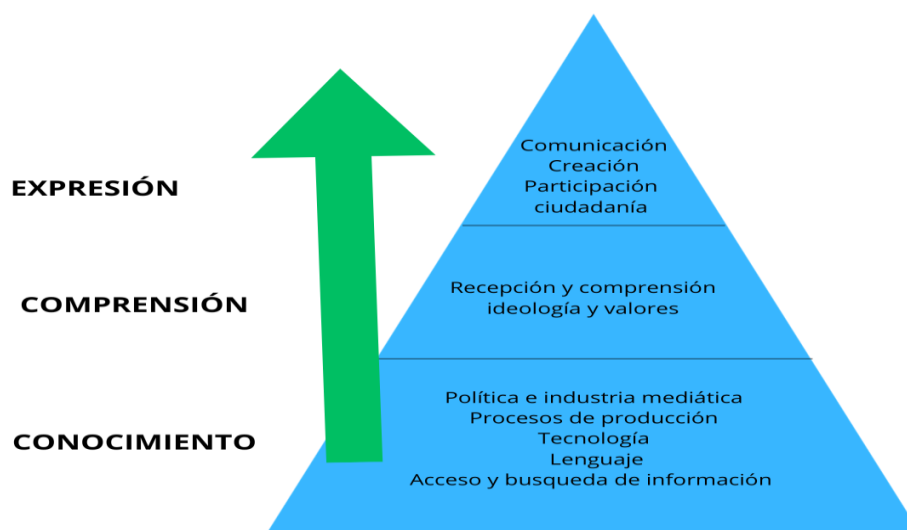
Estos aspectos proporcionan el contexto necesario para comprender tanto el contenido y propósito de la competencia (el qué y el para qué), así como los métodos y estrategias empleados en su desarrollo (el cómo). De la misma manera, Gonzalez-Carrion (2022) considera que, a lo largo del siglo XXI, se ha presenciado una sucesión de transformaciones que han revolucionado radicalmente el panorama comunicativo. Es en este contexto que surge el concepto de competencia mediática, ofreciendo pautas y principios para potenciar el crecimiento de las personas en una sociedad donde los medios de comunicación masivos y la integración de tecnologías digitales se entrelazan como el principal canal interactivo.

En la actualidad los profesionales de la educación se encuentran inmersos en la era de la sociedad del conocimiento, la cual ha reemplazado progresivamente a la sociedad industrial convencional en muchos países. Esta nueva etapa no se centra tanto en la mera posesión o acumulación masiva de información, sino más bien en el desarrollo de habilidades y competencia para buscar, seleccionar e interpretar información de manera adecuada, adoptando un enfoque crítico y creativo en su manejo. Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012) destacan que la competencia mediática se integra por dos competencias esenciales: la audiovisual y la digital. Asimismo, señalan tres áreas clave en este ámbito: el conocimiento, la comprensión y la expresión (citado en Dávila-Navarro, 2023).

Dimensiones e indicadores de competencia mediática, según (Pérez Rodríguez y Delgado-Ponce, 2012).

Figura 2. Áreas clave en la competencia mediática

Áreas clave en la competencia mediática



Nota. Recuperado de Aguaded, I, Jaramillo-Dent, D.; Delgado-Ponce, A. (2021). Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática, p. 32 Fuente Davila-Navarro (2023).

Por lo tanto, el desarrollo de la competencia mediática requiere un entendimiento del contexto en el que se da el consumo, la circulación, producción y difusión de medios (Dávila-Navarro, 2020). En el ámbito educativo, es esencial evaluar las habilidades de los estudiantes para interpretar, comprender y analizar críticamente los medios de comunicación y su contenido. No obstante, los docentes tienen un papel crucial en guiar a los estudiantes para que desarrollen una capacidad reflexiva y crítica frente a los medios que los rodean.

Es por ello que, Ferrés y Piscitelli (2012) concluye que la adquisición de habilidades mediáticas se presenta como una prioridad fundamental en la sociedad. Por lo tanto, es crucial analizar el grado de competencia mediática tanto en alumnos como en profesores mediante seis dimensiones relacionados con ámbitos del análisis y de la expresión. Según la estructura conceptual presentada, la habilidad en el manejo de medios evoluciona alrededor de estas dimensiones fundamentales, cada una acompañada de indicadores

correspondientes que describen las capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes asociadas.

La presente investigación trabajará a partir de las seis dimensiones establecidas por Ferrés y Piscitelli (2012). La primera de ellas es el lenguaje que se entiende como la habilidad para comprender y apreciar los distintos códigos de representación y su función en un mensaje. Además, tienen la destreza de comunicarse utilizando una variedad de sistemas de representación y significado.

Tabla 1.

Dimensión de lenguaje

Dimensión	Ámbito	Indicador
Lenguaje	Análisis	<p>Capacidad para evaluar y comprender los mensajes considerando su significado, intención, estructura narrativa, convenciones de género y formato.</p> <p>Capacidad para interpretar y valorar los distintos códigos de representación, entendiendo su papel en un mensaje.</p> <p>Habilidad para alcanzar el flujo de historias e información a través de diversos medios, soportes, plataformas y modos de expresión.</p> <p>Competencia para establecer relaciones entre textos, códigos y medios, desarrollando la intertextualidad.</p>
	Expresión	<p>Habilidad para comunicarse a través de una diversidad de sistemas de representación y significado.</p> <p>Habilidad para elegir entre diferentes sistemas de representación y estilos, adaptándose a la situación comunicativa, al tipo de contenido y al destinatario.</p> <p>Capacidad para transformar productos existentes, dándoles un nuevo significado y valor.</p>

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli (2012).

La siguiente dimensión es la de ideología y valores que, para Ferrés, (2007) es la habilidad de comprender de manera crítica los mensajes audiovisuales, considerándolos como representaciones de la realidad, y por ende, como portadores de ideologías y valores. Además, abarca la capacidad de realizar un análisis crítico de los mensajes audiovisuales,

los cuales son vistos tanto como una manifestación como un vehículo de los intereses, contradicciones y valores presentes en la sociedad.

Tabla 2.

Dimensión de ideología y valores

Dimensión	Ámbito	Indicador
Ideología y valores	Análisis	Capacidad para reconocer cómo las representaciones mediáticas influyen en la percepción de la realidad. Habilidad para evaluar la credibilidad de las fuentes de información, desarrollando un pensamiento crítico tanto sobre lo que se dice como sobre lo que se omite. Competencia para comprender y seguir el flujo de historias e información a través de distintos medios, soportes, plataformas y formas de expresión. Destreza para buscar, crear, comparar, priorizar y sintetizar información de diversos sistemas y contextos.
	Expresión	Habilidad para utilizar las últimas herramientas de comunicación con el propósito de difundir valores y apoyar al progreso del entorno, adoptando una postura comprometida tanto social como culturalmente. Competencia para crear nuevos productos y modificar los existentes con el fin de desafiar valores o estereotipos que se encuentran en ciertas producciones mediáticas.

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli (2012).

Posterior a ellos, se encuentra la tercera dimensión que es la estética, y se la entiende por la habilidad para examinar y apreciar los mensajes audiovisuales, considerando tanto su innovación formal como temática, y fomentando el desarrollo del sentido estético (Ferrés, 2007).

Tabla 3.

Dimensiones de estética

Dimensión	Ámbito	Indicador
Estética	Análisis	Habilidad para experimentar placer no solo con el contenido comunicado, sino también la manera en que se realiza la comunicación. Sensibilidad para identificar una producción mediática que no desempeña con los estándares mínimos de eficacia estética. Habilidad para relacionar las producciones mediáticas con otras formas de expresión artística, identificando influencias mutuas.

Dimensión	Ámbito	Indicador
	Expresión	<p>Competencia para identificar las principales categorías estéticas, como la innovación en forma y tema, la originalidad, el estilo, así como las escuelas y corrientes artísticas.</p> <p>Capacidad para crear mensajes claros que sean fáciles de entender y que fomenten la creatividad, originalidad y sensibilidad a nivel individual o grupal.</p> <p>Habilidad para incorporar y reinterpretar obras artísticas, impulsando la creatividad, la innovación, la experimentación y la apreciación estética.</p>

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli (2012).

La cuarta dimensión es el proceso de interacción, de acuerdo con Ferrés, (2007) es la competencia para identificar parte de una audiencia activa, especialmente mediante el empleo de procesos digitales que facilitan la colaboración y la interactividad. Esto incluye la capacidad para evaluar de forma crítica los aspectos emocionales, racionales y contextuales que afectan la recepción y valoración de los mensajes audiovisuales.

Tabla 4.

Dimensión de proceso de interacción

Dimensión	Ámbito	Indicador
Proceso de interacción	Análisis	<p>Competencia para elegir, examinar y autoevaluar conscientemente la propia estipendio mediática, basándose en criterios razonables.</p> <p>Habilidad para identificar y manejar las diferencias que pueden surgir entre las sensaciones y las opiniones, así como entre la emotividad y la racionalidad.</p> <p>Capacidad analítica para examinar cómo las emociones afectan la cognición, reconociendo las ideas y valores vinculados a personajes, acciones y situaciones que generan reacciones positivas o negativas.</p> <p>Consciencia de la importancia del contexto en los procesos de interacción.</p>
	Expresión	<p>Capacidad para apreciar los mensajes provenientes de otras culturas, fomentando el diálogo intercultural en un contexto de mediación transcultural</p> <p>Capacidad para colaborar a través de plataformas conectivas que permiten la formación de redes sociales.</p> <p>Habilidad para interactuar con personas y grupos diversos en entornos multiculturales y variados.</p>

Dimensión	Ámbito	Indicador
		Enfoque proactivo al utilizar las pantallas, viéndolas como una oportunidad para desarrollar una ciudadanía más completa, fomentar el crecimiento personal y contribuir a la transformación del entorno.

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli (2012).

Por otro lado, la dimensión de los procesos de producción y difusión implica entender las funciones y responsabilidades de los principales actores involucrados, así como desglosar las etapas en la producción y programación de productos audiovisuales. Se trata de la capacidad para crear mensajes audiovisuales y comprender su relevancia y efectos en los contextos de comunicación actuales (Ferrés, 2007).

Tabla 5.

Dimensión de procesos de producción y difusión

Dimensión	Ámbito	Indicador
Procesos de producción y difusión	Análisis	<p>Conocimiento de los factores que convierten las elaboraciones colectivas en mensajes influenciados por los condicionamientos socioeconómicos propios de cada industria.</p> <p>Comprensión básica de los sistemas de fabricación, métodos de programación y procedimientos de distribución.</p> <p>Familiaridad con los códigos de regulación y autorregulación que supervisan y exigen cumplimiento a los actores sociales, así como con las organizaciones que supervisan estos códigos, adoptando una postura proactiva y responsable.</p>
	Expresión	<p>Comprensión de las fases en los procesos de producción y la infraestructura requerida para llevar a cabo producciones personales, grupales o corporativas.</p> <p>Competencia para participar de manera colaborativa en la creación de productos multimedia o multimodales.</p> <p>Habilidad para seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos con el fin de generar nuevos significados.</p>

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli (2012).

Por último, se encuentra la dimensión de tecnología, que es la comprensión teórica del modo en que operan las herramientas que facilitan la comunicación audiovisual, con el propósito de entender la elaboración de los mensajes. Es la habilidad para emplear de

manera efectiva las herramientas más básicas a fin de comunicarse en el ámbito audiovisual (Ferrés, 2007).

Tabla 6.

Dimensión de tecnología

Dimensión	Ámbito	Indicador
Tecnología	Análisis	Entendimiento del papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad y sus posibles efectos.
		Habilidad para desenvolverse eficazmente en medios hipermediales, transmediáticos y de múltiples formatos.
	Expresión	Competencia para utilizar de manera precisa herramientas comunicativas en un entorno multimodal y multimedial.
		Habilidad para adaptar herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos definidos.
		Competencia para crear y manipular imágenes y sonidos con pleno conocimiento de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

Nota. Dimensiones, ámbito e indicadores de la competencia mediática Ferrés y Piscitelli

(2012)

3. METODOLOGÍA

La metodología es fundamental en cualquier investigación científica, ya que, proporciona una estructura para organizar los pasos y técnicas necesarios para resolver un problema específico. Según Gómez (2012) la metodología de investigación es la encargada de establecer, desarrollar y validar los procedimientos esenciales para adquirir nuevos conocimientos y puede adoptar diferentes enfoques: uno comparativo que analiza, otro descriptivo que expone y un tercero normativo que valora.

En el ámbito de la investigación, según Ortega (2022) existen dos enfoques principales: la metodología cualitativa y la cuantitativa. La primera se centra en la selección de datos sobre variables, manejando estadísticas para llegar a conclusiones específicas. Por otro lado, la metodología cualitativa se basa en registros narrativos de los fenómenos estudiados, prescindiendo de la cuantificación de datos y empleando técnicas como entrevistas para comprender las relaciones entre variables observadas. Este enfoque presta especial atención a los contextos y situaciones que rodean al problema estudiado.

El enfoque mixto, según Hernández et al. (2014) se refiere a la combinación estratégica y cuidadosa de la recolección, análisis y correlación de datos tanto cuantitativos como cualitativos dentro de un mismo estudio o una serie de investigaciones. Este método se emplea para abordar y resolver interrogantes planteados en el problema de estudio, integrando distintas perspectivas y enfoques metodológicos para obtener una comprensión más completa y profunda de la cuestión en análisis.

3.1. Enfoque y tipo de investigación

Esta investigación posee un enfoque cuantitativo. Ortega (2022) este tipo de enfoque se centra en la recopilación de datos sobre variables, utilizando estadísticas para llegar a conclusiones específicas y fundamentadas. El cual implica la medición precisa de fenómenos, la utilización de herramientas como encuestas y experimentos, y el análisis de los datos mediante métodos matemáticos y estadísticos.

El enfoque de investigación utilizado es experimental, en vista de que, se basa en la premisa de llevar a cabo acciones deliberadas con el propósito de analizar las posibles consecuencias que puedan surgir como resultado. Hernández et al. (2014) enfatizan en la necesidad de manipulación intencionada para comprender a fondo las implicaciones potenciales de las acciones realizadas.

En relación al diseño pre experimental, Hernández et al. (2014) definen este enfoque como caracterizado por un nivel de control mínimo sobre las variables. En este tipo de diseño, la manipulación y el análisis de las variables no están tan rigurosamente controlados como en otros diseños experimentales más robustos.

3.2. Unidades de análisis

La unidad de análisis según Hernández et al. (2014) enmarca a aquellos que serán objeto de medición, es decir, los participantes o casos a los cuales se aplicará, en última instancia, el instrumento de medición. Esta determinación es relevante para delimitar claramente la población o grupo específico que será objeto de estudio y evaluación mediante el uso del instrumento de medición.

Por otro lado, la muestra constituye un subconjunto de la población de interés del cual se recopilaban datos, y su definición o delimitación previa debe ser precisa. Es imperativo que la muestra sea representativa de la población en cuestión para garantizar la validez y la generalización de los resultados obtenidos (Hernández et al. 2014).

La población de esta investigación son los (as) docentes que pertenecientes a una Unidad Educativa situada en la parroquia El Esfuerzo, de la cual se obtendrá una muestra por conveniencia, es decir, un grupo representativo de la totalidad de la población (López, 2004).

Se optará por un muestreo no probabilístico o intencional en este estudio, dado que se guiará por objetivos específicos en lugar de depender exclusivamente de técnicas estadísticas para garantizar la representatividad (Hernández et al. 2014). La tipología de

esta investigación se clasifica como de conveniencia, ya que la selección de casos se ajusta a la disponibilidad y pertinencia en función de los objetivos particulares de la investigación.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

La técnica de investigación agrupa un conjunto de métodos organizados de manera sistemática, proporcionando al investigador una guía para indagar a fondo el conocimiento y para proponer nuevas áreas de investigación (Maya, 2014). Por tal razón, toda técnica compleja y va de la mano de un instrumento, es decir, son los recursos materiales utilizados para recopilar y almacenar información (Arias, 2012).

La técnica aplicada en la investigación se implementó de acuerdo al enfoque establecido, por ende, se realiza una encuesta que según Blanco (2011) es un método científico para recopilar datos cuantificables que facilita la obtención de información sobre las opiniones, convicciones y actitudes de los individuos., así como la exploración de diversos temas.

Para esta técnica se utilizará como instrumento el cuestionario, mismo que permitirá analizar y conocer el nivel de competencia mediática desde la formación de los (as) docentes hacia los alumnos desde la perspectiva de la técnica cuantitativa. Esta herramienta posee la capacidad de abordar, tanto problemas descriptivos, como la interrelación entre variables. Según Arenas-Fernández (2022) su propósito principal es conocer detalladamente la realidad e identificar los patrones y acciones desde la metodología de enseñanza de los profesores al alumnado.

La adaptación del instrumento se realizará siguiendo la metodología propuesta por Díaz et al. (2018), quien menciona que es un proceso que busca integrarse de manera coherente a tres procedimientos empíricos distintos y organizados lógicamente: el estudio piloto y la evaluación de campo.

En efecto, se ha adaptado el instrumento propuesto por Arenas-Fernández (2012) en su investigación doctoral sobre competencias mediáticas en estudiantes y profesores colombianos.

Este instrumento se utilizará con el objetivo de analizar y comprender el uso que los individuos hacen de los medios de comunicación con la finalidad de evaluar la competencia mediática de los profesionales después de haber participado en las capacitaciones correspondientes. El cual permitirá obtener información valiosa que permita una evaluación completa y fundamentada.

Se pretende identificar las áreas en las que los profesores pueden carecer de conocimientos o habilidades en relación con los nuevos medios de comunicación. Esta evaluación permite desarrollar transmisiones de formación específicos y adaptados a las necesidades reales de los (as) docentes. Esto facilita diseñar estrategias específicas para potenciar sus habilidades y superar sus limitaciones.

3.4. Técnicas de análisis de datos

Se usará la herramienta de Excel, que es un software de aplicación que brinda las herramientas de Office, facilitando la realización de diversas operaciones con números dispuestos en una cuadrícula. Este programa permite la implementación de fórmulas, la creación de gráficos, la ejecución de cálculos probabilísticos, el análisis de datos, la descripción estadística, la generación de histogramas y otras acciones (Sánchez, 2013).

4. RESULTADOS

A continuación, se abordan los resultados que responden a las preguntas de la investigación. Para identificar el nivel de competencia mediática de los (as) docentes se adaptó y aplicó un instrumento metodológico como *pres test*, utilizado en una investigación *símil* en territorio colombiano. Posterior, se diseñó y realizó un programa de formación que atendía las debilidades identificadas y finalmente, se aplicó un *post test* para evaluar la efectividad del programa de formación.

4.1. Diagnóstico de resultados

El diagnóstico sobre competencia mediática se plantea en función a la propuesta de Arenas (2022), siendo el *framework* el siguiente:

Figura 3.

Estructuración de los resultados



4.1.1. Clasificación de preguntas por dimensión

En primer lugar, en la siguiente tabla se clasifica las preguntas según las diferentes dimensiones de la competencia mediática. Esta distribución garantiza que el instrumento abarque todas dimensiones abordadas en las preguntas.

Tabla 7.

Preguntas por dimensión

Dimensión de la competencia mediática	Cantidad de Preguntas	Número de preguntas	Anexos
Tecnología	7	10, 6, 9, 13, 18, 26, 1	<u>anexo 2</u>
Lenguaje	3	24, 25, 29	<u>anexo 5</u>
Ideología y valores	7	4, 5, 7, 19, 20, 12,	<u>anexo 3</u>

Dimensión de la competencia mediática	Cantidad de Preguntas	Número de preguntas	Anexos
Proceso de producción y difusión	7	2,8, 14,15,22,23,21	<u>anexo 4</u>
Estética	2	28,27	<u>anexo 7</u>
Proceso de interacción	3	3,11,16	<u>anexo 6</u>

Nota. Números de ubicación de las preguntas por cada dimensión.

4.1.2. Peso por dimensión

En este paso se detalla el proceso de evaluación de la competencia mediática de los (as) docentes. Para llevar a cabo el análisis se evaluó la importancia de los indicadores. El protocolo seguido es el siguiente:

1. Se calculó el peso por cada indicador multiplicando 1,666 por el total de dimensiones (6), este total se divide por el número general (55) de indicadores (anexo 1).
2. Posterior, con el valor obtenido (1,818) se determinó el peso de cada dimensión, multiplicándolo por la cantidad de indicadores en cada una de las dimensiones. Es importante destacar que el peso de cada dimensión varía según el número de indicadores asignados a cada una. Por lo tanto, el valor de la ponderación también cambiará. Esto se debe a que las dimensiones con más indicadores reflejan una mayor cantidad de criterios evaluados, aumentando su peso relativo en la evaluación total. En este caso, las dimensiones de tecnología, estética y lenguaje tienen menos indicadores asignados, lo que resulta en una menor ponderación comparada con otras dimensiones.

Se pondera cada una de las dimensiones en vista de que, al asignar un peso específico a cada una según el número de indicadores, se asegura una evaluación más equilibrada y representativa del total de criterios considerados.

Tabla 8.
Peso de competencia

Dimensión de la competencia	Número indicadores	Peso por indicador¹	Peso por dimensión²	Valor de peso³	Valor de ponderación⁴
Tecnología	7	1,818	12,73	12,73%	0,13
Lenguaje	7	1,818	12,73	12,73%	0,13
Ideología y valores	12	1,818	21,82	21,81%	0,22
Proceso de producción y difusión	12	1,818	20,00	20,00%	0,20
Estética	6	1,818	10,91	10,90%	0,11
Proceso de interacción	12	1,818	21,82	21,81%	0,22

Nota 1. El peso por indicador = El peso 1,666 valor propuesto por el autor * Total de dimensiones (6) / Total de indicadores (55).

Nota 2. El peso por dimensión = El peso de indicador * Numero de indicadores

Nota 3. Valor de peso: Peso por dimensión* 100

Nota 4. Valor de ponderación = Valor de peso / 100

4.1.3. Peso por ámbito

La tabla proporciona un análisis detallado de seis dimensiones de competencia, con sus dos respectivos ámbitos: análisis y expresión.

Para ello, se multiplicó el peso del indicador (1,81) por la cantidad total de indicadores ([anexo1](#)) en cada ámbito, donde se detalla el número de indicadores individuales de cada dimensión.

En esta tabla se visualiza las prioridades y las áreas de enfoque dentro de la competencia evaluada, proporcionando una guía clara para el desarrollo y la mejora de habilidades en cada dimensión. Es importante mencionar que el peso asignado a cada ámbito por dimensión va a variar en función al número de indicadores, indicando en que dimensión se debe poner mayor énfasis en el ámbito de expresión en las dimensiones de estética, tecnología, lenguaje.

Tabla 9.
Peso de ámbito por competencia

Dimensión	Peso ámbito de análisis	Peso ámbito de expresión
Tecnología	7,27	5,45
Lenguaje	7,27	5,45
Ideología y valores	16,36	5,45
Procesos de producción y difusión	7,27	12,73
Proceso de interacción	14,54	7,27
Estética	7,27	3,64
Total, de ámbito	60,00	40,00

Nota. El peso ámbito de análisis y/o expresión = Peso por indicador * Total de ámbitos.

4.1.4. Calificación de la competencia mediática

Para valorar la competencia, se utiliza la escala propuesta por el autor.

Tabla 10.

Nivel de la competencia mediática (retorno)

Porcentaje de logro	Escala de calificación	Niveles de la competencia mediática
25% o menos	Entre 0 y 0,75	Mínimo
Entre 26% y 50%	Entre 0,76 y 1,50	Básico
Entre 51% y 75%	Entre 1,51 y 2,25	Medio
Entre 76% y 100%	Entre 2,26 y 3	Avanzado

Nota. Esta tabla fue la guía para comparar el nivel individual de cada dimensión.

1. La calificación por dimensión es el resultado de la promediación del valor que se le dio a cada pregunta, divida por el total de preguntas por cada dimensión.
2. Después se calculó la calificación promedio, que se obtuvo de la multiplicación de la apreciación de cada dimensión por el valor de ponderación correspondiente, tal como se muestra en la tabla.
3. Finalmente, se sumó todos los promedios ponderados para obtener la calificación total de competencia mediática.

Los resultados muestran diferencias significativas, principalmente debido a cómo se ponderaron las preguntas en cada dimensión. Por lo tanto, es importante enfocarse en aquellas áreas que arrojaron resultados deficientes, para alcanzar a futuro un nivel óptimo de competencia mediática general.

Tabla 11.

Cálculo de calificación promedio ponderada de la competencia (retorno)

Dimensión	Peso de dimensión	Valor de ponderación	Calificación por dimensión	Calificación promedio	Porcentaje de logro ¹	Nivel de competencia ²
Tecnología	12,73	0,13	5,9	0,75	25%	Mínimo
Lenguaje	12,73	0,13	6,1	0,78	26%	Básico
Ideología y valores	21,82	0,22	6,6	1,44	50%	Básico
Procesos de producción y difusión	20,00	0,20	5,9	1,17	30%	Básico
Proceso de interacción	21,86	0,22	7	1,53	51%	Medio
Estética	10,91	0,11	6,3	0,68	20%	Mínimo
Calificación final de la competencia mediática (retorno)				5,67	56,7%	Medio

Nota 1. Para obtener el porcentaje y nivel por cada dimensión se comparó el valor de la calificación ponderada con la tabla de nivel de competencia (tabla 10).

Nota 2. Para obtener el porcentaje y nivel de la competencia mediática general, se valora función a la (tabla 12)

4.1.5. Nivel de competencia mediática

Tabla 12.

Nivel de competencia mediática final

Porcentaje de logro	Niveles de la competencia mediática
33% o menos	Mínima
Entre 33,1% y 54%	Básica
Entre 54,3% y 75%	Media
Entre 75,1% y 200%	Avanzada

Nota. En esta tabla se define el nivel general de competencia mediática.

Los profesores evaluados se sitúan en un nivel medio en competencia mediática, con una calificación total de 5,67 (tabla 10), lo que equivale a un 56,7%. Esto refleja que, aunque poseen conocimientos y habilidades fundamentales en las dimensiones evaluadas, existen áreas claves que necesitan desarrollo y mejora. Las dimensiones de tecnología, lenguaje y estética son especialmente destacables como áreas de oportunidad.

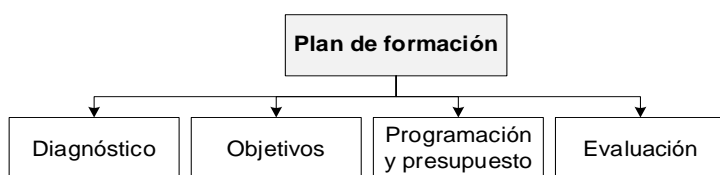
Por otro lado, las dimensiones de ideología y valores, así como el proceso de interacción y procesos de producción y difusión presentan calificaciones más altas, indicando un mayor nivel de competencia en estos ámbitos. Esto sugiere que, mientras los profesores tienen una base sólida en ciertos aspectos en competencia mediática, deben enfocarse en fortalecer sus habilidades tecnológicas y comunicativas para alcanzar niveles más avanzados.

4.2. Plan de formación

En el segundo resultado, una vez identificado el nivel de competencia mediática de la muestra, el siguiente paso es diseñar e implementar el plan de formación (anexo 10) para los (as) docentes de la Unidad Educativa (U.E.) El Esfuerzo. Cabe destacar, que esta investigación cuenta con el apoyo de investigadoras como parte de este proyecto integral de formación en competencia mediática. Dicho plan abordará las necesidades identificadas, así como las desarrolladas, a fin de tener una formación integral. Para el efecto, se ha considerado la metodología de Grados (2009) quien propone:

Figura 4

Modelo de plan de formación



4.2.1. Diagnóstico

La fase de diagnóstico, busca identificar las necesidades para justificar el plan de formación. En el primer resultado se concluye que la muestra presenta un nivel medio de competencia mediática, con un 56,7% (tabla 11). Esta valoración, indica que la mayor debilidad se encuentra en la dimensión lenguaje, y la fortaleza en ideología y valores.

4.2.2. Objetivo

Contribuir en la formación integral del profesorado de la U.E. El Esfuerzo a fin de mejorar su nivel de competencia mediática.

4.2.3. Presupuesto

Esta investigación se configura como un proyecto pionero que triangula la investigación, docencia y vinculación en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo (PUCEDS). Por ello, el presupuesto ha sido asignado y ejecutado entre la PUCESD y los investigadores principales, el cual se detalla a continuación:

Tabla 13.

Presupuesto dirigido al programa de capacitación

Rubros	Cantidad	Costo unitario	Total
Movilización	4	\$60,00	\$260,00
Certificados a los asistentes	34	\$2,70	\$91,08
Refrigerios	136	\$0,80	\$109,82
Total			\$460,90

Nota. Costos del evento: materiales educativos, logística (transporte) y refrigerios.

4.2.4. Programación

A continuación, se presenta la programación de manera detallada de las actividades realizadas en las jornadas de capacitación (anexo 4). Así también, la estructura sistemática que abarca tiempos, unidades y contenidos. Se ejecuta esta propuesta de formación, pero

es importante indicar que la acción de en competencia mediática no se puede alcanzar en el tiempo previsto, cabe destacar que el lapso propuesto en esta investigación está en función a la disponibilidad de la institución y las investigadoras.

Tabla 14.

Cronograma de ejecución de la capacitación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencialidad docente - docente)		
Capacidad para comprender cómo las representaciones mediáticas moldean nuestra percepción de la realidad, frecuentemente a través de mensajes sutiles.	1	<p>1. ESTÉTICA VISUAL EN MEDIOS</p> <p>FECHA: jueves 20 de junio del 2024</p> <p>Dimensión estética, lenguaje y procesos de producción y difusión (anexo 4)</p> <p>1.1 Proceso de comunicación 1.2 El lenguaje gráfico y audiovisual 1.3. La estética en el lenguaje gráfico y audiovisual 1.4. Proceso de producción y difusión</p>	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Taller grupal • Conclusiones 	6	<p>Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leer artículo sobre Las redes sociales; una nueva herramienta de difusión https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008 • Diseñar un plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas
Los participantes podrán diseñar actividades educativas	2	<p>2. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EDUCATIVA</p>	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Taller grupal 	6	<p>Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las presentaciones

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencialidad docente - docente)		
interactivas que utilicen diversas plataformas digitales, fomentando la participación estudiantil y facilitando la comunicación en entornos virtuales.		FECHA: jueves 27 de junio del 2024 2. Dimensión tecnológica (anexo 5) 2.1. AMI 2.2. Educomunicación 2.3. IA			<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Taller grupal • Conclusiones 		<ul style="list-style-type: none"> • Observar película Dilema de las redes sociales. https://youtu.be/9GJea8QTJHw • Leer un artículo sobre Competencias TIC y mediáticas del profesorado. Convergencia hacia un modelo integrado AMI-TIC. c7002es.pdf (revistacomunicar.com) • Avanzar en el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas.
Capacidad para analizar y debatir críticamente diversas perspectivas ideológicas, fortaleciendo así su capacidad para gestionar eficazmente los desafíos ideológicos en el aula y en la comunidad educativa.	3	3. ÉTICA EN LA EDUCACIÓN FECHA: jueves 4 de Julio del 2024 3. Dimensión ideología y valores (anexo 6) 3.1 Impacto de las ideologías en la enseñanza 3.2. Ética y valores en el currículo educativo	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Taller grupal • Conclusiones 	6	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual. <ul style="list-style-type: none"> • Leer un artículo sobre Ideología, educación y políticas educativas. https://n9.cl/35o9x • Avanzar en el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas.
Dominar técnicas avanzadas de comunicación efectiva para	4	4. OPTIMIZACIÓN DE INTERACCIONES EDUCATIVAS	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Taller grupal 	6	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencialidad docente - docente)		
facilitar una interacción dinámica y comprensiva en el entorno educativo.		<p>FECHA: jueves 11 de Julio del 2024</p> <p>4. Dimensión de proceso de interacción (anexo 7)</p> <p>4.1. Comunicación efectiva en el aula 4.2. Colaboración y trabajo en equipo 4.3. Tecnologías para la interacción educativa.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones 		<ul style="list-style-type: none"> • Leer un artículo sobre Modelos de integración didáctica de las TIC en el aula 1988-3293-comunicar-24-47-00079.pdf (fcc.org.br) • Observar video sobre Comunicación efectiva en el aula https://www.youtube.com/watch?v=cu92NKiUtzQ • Finalizar el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas
Evaluación final	5	<p>FECHA: Lunes 22 de Julio del 2024</p> <p>Finalización del Plan de clases mencionando las 6 dimensiones socializadas.</p>	16		<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Formación de equipos • Clase Magistral • Conclusiones 	16	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega del plan de clase diseñado para abordar y fomentar el progreso integral de los estudiantes a través de las seis dimensiones socializadas
Finalización	6	<p>FECHA: jueves 25 de Julio del 2024</p> <p>Clausura del curso de formación a los (as) docentes</p>	1				

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencialidad docente - docente)		
TOTAL DE HORAS POR COMPONENTE:			40			40	

4.2.5. Valoración del proceso de formación

La valoración final de la formación se realizó a través de un formulario para recabar la percepción de los participantes.

Los resultados (evidencia) indican que el 71,4% de los participantes considera que de la formación se realizó puntualmente. Asimismo, el 76,2 % consideran que los recursos y materiales proporcionados en cada capacitación fueron útiles. De igual manera, el 52,4% indicó que el tiempo asignado fue suficiente para abordar los temas planeados. Además, el 71,4% destacó que los capacitadores demostraron un dominio claro de los contenidos. De manera similar, un 66,7% señaló que los temas tratados se alinearon con sus necesidades profesionales y las demandas actuales del entorno educativo. También se destacó el intercambio de ideas entre los (as) docentes y capacitadores, y el 66,7% subrayó el interés mostrado por los capacitadores para mantener la atención de los participantes.

4.3. Evaluación del plan integral de formación

En el tercer resultado se presenta la evaluación del plan de formación el cual se realiza a través de un post test. Este instrumento está constituido por el pre test pero se han adaptado las preguntas en función al plan de formación. Tras ejecutar el plan de formación, se observó una mejora en las dimensiones de tecnología y procesos de producción y difusión.

Tabla 15

Cálculo de calificación promedio ponderada de la competencia del post test

Dimensión	Peso de dimensión	Valor de ponderación	Calificación por dimensión	Calificación promedio	Porcentaje de logro ¹	Nivel de competencia ²
Tecnología	12,73	0,13	6,8	0,86	30%	Básico
Lenguaje	12,73	0,13	6,1	0,77	26%	Básico
Ideología y valores	21,82	0,22	6	1,31	50%	Básico
Procesos de producción y difusión	20,00	0,20	7	1,41	50%	Básico
Proceso de interacción	21,86	0,22	6	1,31	40%	Básico
Estética	10,91	0,11	6,3	0,65	20%	Mínimo
Calificación final de la competencia mediática (retorno)				6,32	63,2%	Medio

Nota 1. Para obtener el porcentaje y nivel por cada dimensión se comparó el valor de la calificación ponderada con la tabla de nivel de competencia ([tabla 10](#)).

Nota 2. Para obtener el porcentaje y nivel de la competencia mediática general, se valora función a la ([tabla 12](#)).

Tras la implementación del plan de formación el nivel de competencia mediática alcanzó un 63,2% con respecto al *pre test* ([tabla 11](#)), donde antes presentaba un 56,7%. Lo cual representa un incremento de 6,5%. A pesar de que el nivel de competencia se mantuvo constante, se observó un incremento porcentual dos de las dimensiones, lo que sugiere que hubo una mejora en competencia mediática durante las 4 semanas de formación. Sin embargo, este periodo de capacitación inicial no fue suficiente para generar mejoras en competencia mediática. Esto destaca la importancia de continuar el proceso formativo para alcanzar un desarrollo en competencia mediática.

Tabla 16.
Comparación de resultados del pre test con el post test

Dimensión	Pre test				Post test				Diferencia
	Calificación por dimensión	Calificación promedio por dimensión	Porcentaje de logro	Nivel de competencia	Calificación por dimensión	Calificación promedio	Porcentaje de logro	Nivel de competencia	Porcentaje de Diferencia
Tecnología	5,9	0,75	25%	Mínimo	6,8	0,86	30%	Básico	+5%
Lenguaje	6,1	0,78	26%	Básico	6,1	0,77	26%	Básico	0%
Ideología y valores	6,6	1,44	50%	Básico	6	1,31	50%	Básico	0%
Procesos de producción y difusión	5,9	1,17	30%	Básico	7	1,41	50%	Básico	+20%
Proceso de interacción	7	1,53	51%	Medio	6	1,31	40%	Básico	-11%
Estética	6,3	0,68	20%	Mínimo	6,3	0,65	20%	Mínimo	0%
Calificación final de la competencia mediática		5,67	56,7	Básico		6,32	63,2%	Básico	14%

Los datos indican variaciones en competencia mediática tras el período de formación. En tecnología, se aprecia una mejora del 5%, elevando el nivel de mínimo a básico. Sin embargo, las competencias en lenguaje, ideología y valores, y estética permanecen sin cambios, manteniéndose en sus niveles respectivos. La competencia en procesos de producción y difusión muestra un avance significativo del 20%, mientras que en el proceso de interacción hay una notable disminución del 11%, degradándose de nivel medio a básico. Finalmente, la calificación general en competencia mediática presenta un incremento del 14%, aunque sigue en el nivel básico.

5. DISCUSIÓN

La presente investigación se fundamentó en dos conceptos claves, educación y comunicación, los cuales, a pesar de su importancia, aún no han recibido una atención adecuada. Para Aguaded et al. (2020) la educomunicación se sitúa dentro del ámbito educativo, mientras que, para sus equivalentes en educación, se encuentra dentro del campo de la comunicación. Por otro lado, Masschelein y Simons (2017) sugieren que es crucial implementar la alfabetización mediática de manera metodológica en el currículo educativo, lo que permitirá que la escuela se convierta en un entorno propicio para este objetivo común.

En este marco, Vélez (2017) señala que, a medida que se profundiza el análisis del marco político legal que respalda la educación mediática y se evalúan sus repercusiones en diversos ámbitos, tanto educativos como públicos y privados, es pertinente reconsiderar la relación entre la alfabetización mediática y la formación en tecnologías y aspectos digitales. Este nuevo contexto no solo favorece la participación y el desarrollo completo en la emisión y transmisión de mensajes, sino también la capacidad de crear dichos mensajes, dominando las herramientas y patrones técnicos, semióticos y estéticos necesarios para la producción de contenidos mediáticos digitales (Valdivia et al., 2018).

El *pre test* evidenció que, aunque es obligatorio para los (as) docentes prepararse continuamente en estas dimensiones para alcanzar la competencia mediática, el nivel actual que presentan no es el óptimo. Este hallazgo pone de manifiesto la necesidad de fortalecer y ajustar el marco político y legal que respalda la educación mediática. Si bien existen políticas que promueven la formación continua de los (as) docentes, no son suficientes para garantizar un nivel adecuado de competencia en el uso de tecnologías digitales y la producción de contenidos mediáticos.

En consecuencia, los resultados del primer objetivo de la investigación determinaron un nivel medio de competencia mediática, aunque presentan diferencias en la escala de calificación y en el nivel de logro, que varían entre el 25% y el 51%. La dimensión mejor

valorada fue proceso de interacción, con una puntuación de 1,53 y un porcentaje de logro del 51 %. Sin embargo, la dimensión de estética fue una de las menores puntuadas con un 0,68 con un 20% de logro. Esto sugiere que es posible que los profesores no estén dedicando el tiempo ni los recursos necesarios para desarrollar una apreciación y comprensión profunda en todas las áreas evaluadas.

En comparación con la investigación de Arenas-Fernández (2022) realizada en profesores colombianos, presenta un escenario diferente. En el estudio analizado se identificó que las dimensiones tuvieron en un nivel medio, con niveles de logro que oscilan entre el 56% y el 75%. La dimensión mejor evaluada fue ideología y valores, con una puntuación de 2,24 y un porcentaje de logro del 75%. En cambio, la dimensión tecnológica fue la menos calificada, con una puntuación de 1,67 y un porcentaje de logro del 56%.

Lo mencionado se relaciona directamente con los resultados obtenidos en la U.E. El Esfuerzo, donde se encontró que los (as) docentes también tienen un nivel medio en competencia mediática. Sin embargo, aunque el nivel general es similar al estudio realizado en Colombia, existen diferencias notables en los porcentajes de logro de cada dimensión. Esto señala una falta de comprensión profunda sobre el uso efectivo de competencia en la enseñanza, lo que destaca la necesidad de mejorar la formación mediática de los educadores para que puedan integrarlas de manera más eficaz en su práctica pedagógica.

En relación a lo antes expuesto, González et al. (2021) destacan la importancia de integrar la alfabetización mediática en el currículo educativo. Según estos autores, una formación adecuada de los (as) docentes es esencial para desarrollar una competencia mediática que permitan a los estudiantes ser críticos y autónomos en el uso de los medios de comunicación.

Por otro lado, Romero et al. (2019) mencionan que las competencias mediáticas no están determinadas únicamente por la edad, es decir, que la capacidad de una persona para comprender y utilizar los medios de comunicación no se basa solo en si ha crecido en un entorno digital (nativos digitales) o ha tenido que adaptarse a él más tarde en la vida (migrantes digitales). Sin embargo, en la investigación, los resultados obtenidos dan a

entender que, además de la edad, factores como el acceso a recursos tecnológicos, la calidad de la formación educativa en competencia mediática y el contexto socioeconómico juegan un papel crucial en el desarrollo de estas habilidades. Esto significa que, independientemente de si los individuos son nativos digitales o migrantes digitales, su competencia mediática puede ser limitada si no cuentan con los instrumentos y el apoyo educativo adecuados.

En conclusión, es esencial que los (as) docentes capaciten a los estudiantes para enfrentar los desafíos futuros, sin embargo, el sistema educativo sigue presentando desafíos en el uso de estas herramientas y en la comprensión y análisis de información que emiten las mismas. A pesar de la urgencia de integrar desarrollos tecnológicos y mediáticos en la formación docente, aún persiste una falta de capacitación adecuada en estas tecnologías emergentes (Gutiérrez et al., 2022). Esta brecha entre la evolución tecnológica y la capacitación docente es evidente en los resultados de la investigación realizada en la U.E. El Esfuerzo. Los cuales presentan un nivel medio en competencia mediática tanto antes del *pre test* como después del *post test*, lo que sugiere que, a pesar de las intervenciones realizadas, no se observó una mejora significativa en las habilidades de los participantes.

6. CONCLUSIONES

- Al realizar el *pre test* se observaron inconsistencias en el instrumento de investigación original, por lo tanto, se adaptó el instrumento, fusionando y reestructurando estas preguntas. Este proceso buscó mejorar la claridad y precisión del cuestionario, asegurando que cada pregunta estuviera correctamente alineada con sus respectivas dimensiones.
- En cuanto a la estructuración del análisis de datos, se han detectado debilidades en la distribución y el conteo de los indicadores en cada dimensión en la tesis doctoral de Arenas, lo que ha dificultado determinar el número exacto de indicadores.
- Otra limitación en el modelo de dimensiones e indicadores utilizado en este estudio es la desigualdad en la cantidad de indicadores entre las distintas dimensiones. Mientras que tres de ellas tienen entre 11 y 12 indicadores, las otras tres solo cuentan con entre 6 y 8, lo que genera un desequilibrio que podría influir en el peso relativo de cada dimensión.
- Los resultados obtenidos del *pre test* revelaron que, en las dimensiones de lenguaje, tecnología, estética los (as) docentes muestran una falta de comprensión sobre cómo aplicar estas competencias en su labor educativa. Esto subrayó la necesidad de fortalecer su formación de manera integral, asegurando que pudieran pasar del conocimiento teórico a lo práctico.
- Los (as) profesores mostraron una mayor competencia en el análisis de medios en comparación con la expresión y creación de contenidos. Esta diferencia se atribuyó a su destacada capacidad para interpretar y analizar medios, mientras que enfrentaron desafíos significativos en la creación y difusión de contenidos. A pesar de reconocer herramientas que facilitan el aprendizaje, como las plataformas digitales y los recursos multimedia, no lograron comprender plenamente el potencial de estas herramientas para desarrollar habilidades en los estudiantes.

- El plan de capacitación (anexo 11) se diseñó en respuesta a los resultados del diagnóstico, enfocándose en abordar las necesidades identificadas. El programa desarrollado integró tanto la enseñanza de conocimientos teóricos como también en proporcionar herramientas de prácticas y metodologías efectivas, permitiendo a los (as) docentes aplicar directamente estos recursos en sus aulas.
- Los resultados del *post test*, tras la implementación del plan de formación, mostraron un incremento del 5% en comparación con el *pre test*. Además, se observó un avance del 20% en la dimensión de procesos de producción y difusión. Estos datos indican una mejora en competencia de los (as) docentes, reflejando el impacto positivo del plan de formación en su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos.
- El diagnóstico del *post test* muestra avances significativos en competencia evaluadas, destacando el impacto positivo del plan de formación. No obstante, persisten áreas que requieren atención y desarrollo adicional para alcanzar la competencia mediática completa en todas las dimensiones. En particular, la dimensión de proceso de interacción evidenció una disminución del -11%.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la universidad estandarice este instrumento de investigación, permitiendo su integración en una plataforma digital. De esta forma, cualquier institución podría utilizar el instrumento, facilitando su implementación y promoviendo su adopción como una herramienta estándar en el ámbito educativo.
- Es fundamental que los (as) educadores comprendan los procesos formativos de la sociedad y las audiencias, y que participen activamente en ellos. Esto fortalecerá su papel en la formación educativa y permitirá una influencia positiva en el desarrollo social.
- Para ejecutar una capacitación efectiva en competencia mediática, es fundamental adaptar el programa al entorno específico de los (as) docentes. Esto implica considerar las características y necesidades particulares de las instituciones educativas.
- Además, es esencial implementar una metodología colaborativa y continua en la capacitación entre los formadores y los (as) docentes que recibirán la capacitación. Con este enfoque, se permite adaptar mejor las estrategias de enseñanza y aprendizaje a las necesidades específicas de los participantes, promoviendo así un aprendizaje más enriquecedor.
- Dentro del Plan Nacional Permanente de Formación del Ministerio de Educación (2023), es fundamental abordar con profundidad las competencias digitales, ya que muchos docentes poseen un nivel básico en este ámbito. Esto permitirá avanzar hacia una mayor vinculación entre el proceso de formación y las necesidades reales de los (as) docentes.
- Es aconsejable crear y compartir recursos educativos abiertos (REA) que incluyan materiales didácticos, guías de práctica y estudios de caso centrados en competencia mediática y tecnológicas. Estos recursos deben ser accesibles para todos los (as) docentes, promoviendo así una formación más equitativa.

- Se destaca la necesidad urgente de formar en las tendencias tecnológicas con respecto a la inteligencia artificial demandante de una competencia mediática para un buen uso en el corto, mediano y largo plazo en el contexto educativo. Esto permitirá a los (as) educadores no solo comprender estas herramientas, sino también aplicarlas de manera efectiva para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.

8. ANEXOS

Anexo 1.Indicadores de los ámbitos de análisis y expresión (retorno)

Dimensión	Indicadores		ÁMBITO	
	Análisis	Expresión	T. Análisis	T. Expresión
Tecnología	4 capacidades	3 capacidades	4	3
	0 conocimiento	0 conocimiento		
	0 habilidades	0 habilidades		
	0 actitud	0 actitud		
Lenguaje	4 capacidades	3 capacidades	4	3
	0 conocimiento	0 conocimiento		
	0 habilidades	0 habilidades		
	1 actitud	0 actitud		
Ideología y valores	7 capacidades	3 capacidades	9	3
	0 conocimiento	0 conocimiento		
	1 habilidades	0 habilidades		
	1 actitud	0 actitud		
Procesos de producción y difusión	0 capacidades	6 capacidades	4	7
	4 conocimiento	1 conocimiento		
	0 habilidades	0 habilidades		
	0 actitud	0 actitud		
Proceso de interacción	6 capacidades	2 capacidades	8	4
	2 conocimiento	1 conocimiento		
	0 habilidades	0 habilidades		
	0 actitud	1 actitud		
Estética	3 capacidades	2 capacidades	4	2
	0 conocimiento	0 conocimiento		
	1 sensibilidad	0 habilidades		
	0 actitud	0 actitud		
Total			33	22

Anexo 2.
Tabulación de datos *Pre test*

Tecnología (retorno)

1. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Conocimiento sobre alfabetización y competencia mediática	Sí	14	87,5 %	1,50
	No	0	0%	1
	No estoy seguro/a	2	12,5%	1.25
	Total	16	100%	3,75

2. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Producción mediática y contenido emergente en las aulas	Siempre	2	12,5%	1,25
	Habitualmente	6	37,5%	2
	En ocasiones	8	50%	1,50
	Nunca	0	0	1
	Total	16	100%	5,75

3. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Dominio de los medios de comunicación tradicionales	Siempre	5	31,3%	2,50
	Habitualmente	6	37,5%	3
	En ocasiones	4	25%	2
	Nunca	1	6,3%	1
	Total	16	100%	8,50

4. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Manejo de los medios de comunicación clásicos y emergentes	Avanzado	8	50%	3
	Notable	7	43,8%	2
	Medio	1	6,3%	1
	Ninguno	0	0%	
	Total	16	100%	6

5. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

Herramientas para diseñar y difundir creaciones o productos mediáticos	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	8	18,8	2,50
	Habitualmente	7	75%	3
	En ocasiones	1	6,3%	1
	Nunca	0	0	0
	Total	16	100%	6,50

6. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

Programas informáticos utilizados para crear productos audiovisuales o mediáticos	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	2	12,5%	2,5
	Habitualmente	11	68,8%	2
	En ocasiones	3	18,8%	1,25
	Nunca	0	0%	1
	Total	16	100%	6,75

7. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

Conocimiento de lo docentes en la zona rural sobre los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Sí	14	87,5 %	2
	No	0	0%	1
	No estoy seguro/a	2	12,5%	1,25
	Nunca	0	0	0
	Total	16	100%	4,25

Ideología y valores (retorno)8. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

Reconoce la importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	13	81,3 %	3
	Habitualmente	2	12,5%	2,5
	En ocasiones	1	6,3 %	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	6,5

9. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

Actividades para fomentar el uso responsable de los medios de comunicación entre los estudiantes	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	3	18,8%	2
	Habitualmente	9	56,3%	3
	En ocasiones	4	25%	2,50
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	7,50

10. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Iniciativa de denunciar malas prácticas o usos inapropiados de los medios de comunicación	Siempre	9	56,3%	3
	Habitualmente	4	25%	2,50
	En ocasiones	1	6,3%	1
	Nunca	2	12,5%	0
	Total	16	100%	6,50

11. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Los docentes son los únicos responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes	Sí	16	100 %	3
	No	0	0%	0
	Total	16	100%	3

12. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Tiene usted en cuenta los valores (transparencia, honestidad e integridad, etc.) que desea comunicar a través de sus mensajes	Siempre	14	87,5%	3
	Habitualmente	2	12,5%	2,50
	En ocasiones	0	0 %	2
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	7,50

13. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Identifica la ideología que se comunica a través de una obra o producto mediático.	Siempre	8	50%	3
	Habitualmente	6	37,5%	2,50
	En ocasiones	2	12,5 %	2
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	7,50

14. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
La importancia de las competencias relacionadas con la educación en medios de comunicación	Nada	2	12,5%	1,25
	Alta	5	31,3%	2,50
	Media	8	50%	3
	Baja	1	6,3%	1
	Total	16	100%	7,75

Proceso de producción y difusión (retorno)*15. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión*

	Opciones	F	%	Ponderación
Reconoce las múltiples ventajas que el uso de los medios de comunicación ofrece en su vida profesional.	Siempre	5	31,3 %	3
	Habitualmente	10	62,5%	2
	En ocasiones	1	6,3 %	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	6

16. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
El papel de los medios de comunicación se manifiesta tanto a nivel personal como social.	Si	16	100%	3
	No	0	0%	0
	No losé	0	0%	0
	Total	16	100%	3

Nota. Desempeño de los medios de comunicación a nivel personal como social.

17. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
Búsqueda de información significativa y relevante	Siempre	11	68,8 %	3
	Habitualmente	5	31,3%	2
	En ocasiones	0	0%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	6

18. *Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión*

Códigos éticos que regulan los contenidos que difunden los distintos medios de comunicación.	Opciones	F	%	Ponderación
	Si	6	37,5 %	2
	No	1	6,3%	0
	No losé	9	56,3%	3
	Total	16	100%	5

19. *Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión*

Frecuencia con la que se presentan estereotipos o prejuicios raciales, sexuales, sociales, religiosos o ideológicos en los medios de comunicación.	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	7	43,8 %	3
	Habitualmente	7	43,8%	2,50
	En ocasiones	2	12,5%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	6,50

20. *Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión*

Medio de comunicación interactivo que usted utiliza para comunicarse	Opciones	F	%	Ponderación
	Compañeros	7	43,8%	2
	Estudiantes	1	6,3%	3
	Ambos	7	43,8%	1
	No utilizo	1	6,3%	2
	Total	16	100%	8

21. *Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión*

Relevancia de sintetizar la información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Muy importante	14	87,5%	3
	Media	2	12,5%	2
	Baja	0	0%	1
	Nada	0	0%	0
	Total	16	100%	6

Lenguaje (retorno)*22. Pregunta de la dimensión de lenguaje*

Frecuencia de identificación de publicación el uso de códigos del lenguaje audiovisual	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	6	37,5%	3
	Habitualmente	6	43,8%	2,75
	En ocasiones	3	18,8%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	6,75

23. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Utilización correcta de los códigos del lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	4	25%	3
	Habitualmente	9	56,3%	2,75
	En ocasiones	2	12%	1
	Nunca	1	0%	0
	Total	16	100%	6,75

24. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Relevancia de ser prosumer de los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Nada	0	0%	0
	Baja	1	6,3%	1
	Media	9	56,3%	2
	Muy importante	6	37,5%	3
	Total	16	100%	6

25. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Materiales de los medios de comunicación para impartir clases.	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	9	58,3%	3
	Habitualmente	7	43,8.3%	2
	Total	16	100%	5

26. *Pregunta de la dimensión de lenguaje*

Escala de valor del uso de medios de comunicación de manera responsable y efectiva en las clases	Opciones	F	%	Ponderación
	5	11	68,8%	3
	4	4	25%	2
	3	1	6,3%	1
	2	0	0%	0
	1	0	0%	0
	Total	16	100%	6

27. *Pregunta de la dimensión de lenguaje*

Priorizar la atención en detalles estéticos para lograr una presentación visual atractiva	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	3	18,8%	3
	Habitualmente	9	56,3%	2
	En ocasiones	4	25%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	6

Proceso de interacción (retorno)28. *Pregunta de la dimensión proceso de interacción*

Medio de comunicación interactivo que usted utiliza para comunicarse	Opciones	F	%	Ponderación
	Compañeros	7	43,8%	2
	Estudiantes	1	6,3%	3
	Ambos	7	43,8%	1
	No utilizo	1	6,3%	2
	Total	16	100%	8

6. Estética (retorno)29. *Pregunta de la dimensión de estética*

Frecuencia de reconocimiento de una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	2	12,5%	3
	Habitualmente	9	56,3%	2,50
	En ocasiones	5	31,3%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	16	100%	6,50

Anexo 3. Tabulación de datos *Post test* Tecnología

1. *Pregunta de la dimensión tecnológica (retorno)*

	Opciones	F	%	Ponderación
Conocimiento sobre alfabetización y competencia mediática	Sí	21	100%	3
	No	0	0%	1
	No estoy seguro/a	0	0%	1
	Total	21	100%	5

2. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Producción mediática y contenido emergente en las aulas	Sí	21	100%	3
	No	0	0%	2
	Tal vez	0	0%	1
	Total	21	100%	6

3. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Dominio de los medios de comunicación tradicionales	Siempre	8	38,1 %	3
	Habitualmente	6	28,6%	2,75
	En ocasiones	5	23,8 %	2,50
	Nunca	2	9,5 %	1
	Total	21	100%	9,25

4. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Conocimiento y manejo de los medios de comunicación tradicionales y de los nuevos medios emergentes.	Avanzado	8	38,1%	3
	Notable	6	28,6%	2,25
	Medio	7	33,3%	2,50
	Ninguno	0	0%	1
	Total	21	100%	8,75

5. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Materiales de los medios de comunicación para impartir sus clases	Siempre	7	33,3 %	2,50
	Habitualmente	12	57,1%	3
	En ocasiones	2	9,5%	1
	Total	21	100%	6,50

6. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Herramientas para crear y compartir obras o productos mediáticos	Siempre	4	19%	2
	Habitualmente	15	71,4%	3
	En ocasiones	2	9,5%	1
	Nunca	0	0	0
	Total	21	100%	6

7. *Pregunta de la dimensión tecnológica*

	Opciones	F	%	Ponderación
Programas informáticos con los que se elabora una creación audiovisual o producto mediático	Siempre	4	19%	2
	Habitualmente	15	71,4%	3
	En ocasiones	2	9,5%	1
	Nunca	0	0%	0
	Tota	21	100%	6

Ideología y valores

8. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Reconoce la importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes	Siempre	17	81,3 %	3
	Habitualmente	2	14,3%	2,5
	En ocasiones	0	0%	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	6,5

9. *Pregunta de la dimensión ideología y valores*

	Opciones	F	%	Ponderación
Reconoce la importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes	Siempre	17	81,3 %	3
	Habitualmente	2	14,3%	2,5
	En ocasiones	0	0%	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	16	100%	6,5

10. Pregunta de la dimensión ideología y valores

	Opciones	F	%	Ponderación
Iniciativa de denunciar malas prácticas o usos inapropiados de los medios de comunicación	Sí	21	100%	3
	No	0	0%	2
	Total	21	100%	5

11. Pregunta de la dimensión ideología y valores

	Opciones	F	%	Ponderación
Los docentes son los únicos comprometidos en el proceso de la educación en medios de comunicación en los estudiantes	Sí	17	81 %	3
	No	4	19%	2
	Total	21	100%	5

12. Pregunta de la dimensión ideología y valores

	Opciones	F	%	Ponderación
La relevancia de las competencias vinculadas a la educación en medios de comunicación	Alta	12	57,1%	3
	Media	9	42,9%	2,50
	Baja	0	0%	1
	Total	21	100%	6,50

13. Pregunta de la dimensión ideología y valores

	Opciones	F	%	Ponderación
Tiene usted en cuenta los valores (transparencia, honestidad e integridad, etc.) que desea comunicar a través de sus mensajes	Siempre	18	85,7%	3
	Habitualmente	3	14,3%	2
	En ocasiones	0	0 %	0
	Nunca	0	0 %	0
	Total	21	100%	5

14. Pregunta de la dimensión ideología y valores

	Opciones	F	%	Ponderación
Identifica la ideología que se comunica a través de una obra o producto mediático.	Siempre	12	57,1%	3
	Habitualmente	7	33,3%	2,50
	En ocasiones	2	19,5 %	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	21	100%	6,50

Proceso De Producción Y Difusión

15. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
Usted reconoce las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en su vida profesional	Siempre	8	38,1 %	2,50
	Habitualmente	10	47,6 %	3
	En ocasiones	3	14,3 %	1
	Nunca	0	0 %	0
	Total	21	100%	6,50

16. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
El papel de los medios de comunicación impacta tanto en el ámbito personal como en el social	Si	21	100%	3
	No	0	0%	1
	No losé	0	0%	1
	Total	21	100%	5

17. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
Búsqueda de información significativa y relevante	Siempre	13	61,9 %	3
	Habitualmente	8	38,1%	2,75
	En ocasiones	0	0%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	21	100%	6,75

18. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

	Opciones	F	%	Ponderación
Medio de comunicación interactivo que usted utiliza para comunicarse	Compañeros	8	38,1%	2
	Estudiantes	3	14,3%	1
	Ambos	9	42,9%	3
	No utilizo	1	4,8%	0
	Total	21	100%	6

19. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

Relevancia de sintetizar la información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Muy importante	19	90,5%	3
	Media	1	4,8%	2
	Baja	1	4,8%	2
	Nada	0	0%	0
	Total	21	100%	7

20. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

Frecuencia en las que aparecen estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Sí	18	85,7 %	3
	No	3	14,3%	2
	Total	21	100%	5

21. Pregunta de la dimensión de proceso de producción y difusión

Códigos éticos que establecen las normas y principios que regulan los contenidos difundidos por los diferentes medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Sí	7	33,3 %	2
	No	10	47,6%	3
	No losé	4	19%	1
	Total	21	100%	6

Lenguaje

22. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Escala de valor del uso de medios de comunicación de manera responsable y efectiva en las clases	Opciones	F	%	Ponderación
	5	15	71,4%	3
	4	4	19%	2,50
	3	2	9,5%	1,25
	2	0	0%	0
	1	0	0%	0
	Total	21	100%	6,75

23. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Recursos educativos para profundizar en los contenidos, mejorar la calidad de las presentaciones y verificar la información.	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	5	23,8%	2,25
	Habitualmente	12	57,1%	3
	En ocasiones	3	14,3%	2
	Nunca	1	4,8%	1
	Total	21	100%	8,25

24. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Frecuencia de identificación de publicación el uso de códigos del lenguaje audiovisual	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	5	23,8%	2,75
	Habitualmente	13	61,8%	3,50
	En ocasiones	3	14,3%	1
	Nunca	0	0%	0
	Total	21	100%	7,25

25. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Utilización correcta de los códigos del lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes	Opciones	F	%	Ponderación
	Siempre	4	19%	2,50
	Habitualmente	14	66,7%	3
	En ocasiones	1	4,8%	1
	Nunca	2	9,5%	2,75
	Total	21	100%	9,25

26. Pregunta de la dimensión de lenguaje

Relevancia de ser prosumer de los medios de comunicación	Opciones	F	%	Ponderación
	Sí	11	52,4%	3
	No	8	38,1%	2
	Tal vez	2	9,5%	1
	Total	21	100%	6

27. Pregunta de la dimensión de lenguaje

	Opciones	F	%	Ponderación
Priorizar la atención en detalles estéticos para lograr una presentación visual atractiva	Siempre	13	61,9%	3
	Habitualmente	8	38,1%	2
	En ocasiones	0	0%	0
	Nunca	0	0%	0
	Total	21	100%	5

Proceso de Interacción

28. Pregunta de la dimensión proceso de interacción

	Opciones	F	%	Ponderación
Medio de comunicación interactivo	Verdadero	14	66,7%	3
	Falso	6	28,6%	2
	No losé	1	4,8%	1
	Total	21	100%	6

Estética

29. Pregunta de la dimensión de estética

	Opciones	F	%	Ponderación
Frecuencia de reconocimiento de una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico	Siempre	7	33,3%	2
	Habitualmente	12	57,1%	3
	En ocasiones	2	9,5%	1
	Nunca	0	0%	6
	Total	21	100%	6

Anexo 4.

Programación de la formación a los (as) docentes dimensión lenguaje, estética, producción y difusión (retorno)

Orientaciones metodológicas (retorno)	
Asignatura	Dimensión lenguaje, estética, producción y difusión
Semana / Día N°:	1
Unidad:	Unidad 1: COMUNICACIÓN INTERACTIVA DIGITAL
Tema:	1. Estética Visual en Medios
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA /PEA/	
Capacidad para comprender cómo las representaciones mediáticas moldean nuestra percepción de la realidad, frecuentemente a través de mensajes sutiles.	
RELACIÓN DE OBJETIVO- CONTENIDO:	
Fomentar la innovación educativa entre los profesores de la zona rural mediante la integración de recursos mediáticos, para crear un entorno de aprendizaje dinámico, interactivo y adaptado a las necesidades actuales de los estudiantes.	
TEMAS:	
Capacitadores: Msc. Marcelo Moreira, Aide Zumba, Leiddy Oviedo, Kerly Castro, Elizabeth Escobar	
1.1 Proceso de comunicación 1.2 El lenguaje gráfico y audiovisual 1.3. La estética en el lenguaje gráfico y audiovisual 1.4. Proceso de producción y difusión	
TIPO DE CLASE:	
Teórica: (X) Teórica – Práctica: (x) Práctica: () Conferencia: () Seminario: () Clase encuentro: () Práctica de laboratorio: () Taller: (x) Otros ().	
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO:	
Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Leer artículo sobre Las redes sociales; una nueva herramienta de difusión https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008 ● Diseñar un plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas 	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	
Herrera, H. H. (2012). <i>Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión</i> . Redalyc.org. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008	
Lagneaux, M. A. (2017, 1 junio). <i>La escritura en las redes sociales</i> . http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61389	
Sánchez, J. M y Brito, N. (2015) Desarrollo de competencias comunicativas mediante la lectura crítica, escritura creativa y expresión oral. <i>Revista Encuentros</i> , Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 117-141 DOI: http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i2.502	

Anexo 5.

Programación de la formación a los (as) docentes *Dimensión tecnología* (retorno)

Orientaciones metodológicas	
Asignatura	Dimensión tecnología
Semana / Día N°:	2
Unidad:	Unidad 2: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EDUCATIVA
Tema:	2. Impacto de la inteligencia artificial en la educación
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA /PEA/	
Los participantes podrán diseñar actividades educativas interactivas que utilicen diversas plataformas digitales, fomentando la participación estudiantil y facilitando la comunicación en entornos virtuales.	
RELACIÓN DE OBJETIVO- CONTENIDO:	
Promover el aprendizaje interactivo y la participación activa de los estudiantes mediante el diseño y la implementación de actividades educativas digitales, utilizando plataformas variadas, para mejorar la comunicación y la colaboración en entornos virtuales.	
TEMAS:	
Capacitadores: Msc. José Romero, Daviana Cabezas	
2.1.AMI	
2.2. Educomunicación	
2.3. IA	
TIPO DE CLASE:	
Teórica: (X) Teórica – Práctica: (x) Práctica: () Conferencia: () Seminario: () Clase encuentro: () Práctica de laboratorio: () Taller: (x) Otros ().	
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO:	
<ul style="list-style-type: none"> ● Observar película Dilema de las redes sociales. https://youtu.be/9GJea8QTJHw ● Leer un artículo sobre Competencias TIC y mediáticas del profesorado. Convergencia hacia un modelo integrado AMI-TIC. https://www.revistacomunicar.com/pdf/70/c7002es.pdf ● Avanzar en el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas. 	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	
<p>Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). La Competencia Mediática: Propuesta Articulada de Dimensiones e Indicadores. <i>Comunicar</i>, (38), 75-82. https://www.revistacomunicar.com/pdf/70/c7002es.pdf</p> <p>Gutiérrez-Martín, A., Pinedo-González, R., & Gil-Puente, C. (2022). ICT and Media competencies of teachers. Convergence towards an integrated MIL-ICT model. <i>Comunicar Digital/Comunicar</i>, 30(70), 21-33. https://doi.org/10.3916/C70-2022-02</p> <p>Películas en casa. (2021, 7 febrero). <i>película «la red social» completa en Español</i> [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=9GJea8QTJHw</p>	

Anexo 6.

Programación de la formación a los (as) docentes dimensión ideología y valores (retorno)

Orientaciones metodológicas	
Asignatura	Dimensión ideología y valores
Semana / Día N°:	3
Unidad:	Unidad 3: ÉTICA EN LA EDUCACIÓN
Tema:	3. Ética y responsabilidad del educador
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA /PEA/	
Capacidad para analizar y debatir críticamente diversas perspectivas ideológicas, fortaleciendo así su capacidad para gestionar eficazmente los desafíos ideológicos en el aula y en la comunidad educativa.	
RELACIÓN DE OBJETIVO- CONTENIDO:	
Desarrollar la capacidad para analizar y debatir críticamente diversas perspectivas ideológicas, fortaleciendo así la habilidad para gestionar eficazmente los desafíos ideológicos en el aula y en la comunidad educativa.	
TEMAS:	
Capacitadores: Msc Carlos Galarza, Génesis Vera, María José Zambrano	
3.1 Impacto de las ideologías en la enseñanza	
3.2. Ética y valores en el currículo educativo	
TIPO DE CLASE:	
Teórica: (X) Teórica – Práctica: (x) Práctica: () Conferencia: () Seminario: () Clase encuentro: () Práctica de laboratorio: () Taller: (x) Otros ().	
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO:	
Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Leer un artículo sobre Ideología, educación y políticas educativas. https://n9.cl/35o9x Avanzar en el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas. 	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	
Capelo, L. P. J. (2021). La gestión educativa y el liderazgo, aliados perfectos para enfrentar los retos actuales. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/348884528_La_gestion_educativa_y_el_liderazgo_aliados_perfectos_para_enfrentar_los_retos_actuales	
Jesús, H. G. (2010, 31 enero). Ideología, educación y políticas educativas. Ideología, educación y políticas educativas (unir.net)	
León, J. L. A. Y. (2013). Ética y valores en la educación, una reflexión contextual necesaria. https://www.redalyc.org/journal/5709/570960878002/html/	

Anexo 7.

Programación de la formación a los (as) docentes dimensión proceso de interacción

(retorno)

Orientaciones metodológicas	
Asignatura	Dimensión Proceso de Interacción
Semana / Día N°:	4
Unidad:	Unidad 4: OPTIMIZACIÓN DE INTERACCIONES EDUCATIVAS
Tema:	4.
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA /PEA/	
Dominar técnicas avanzadas de comunicación efectiva para facilitar una interacción dinámica y comprensiva en el entorno educativo.	
RELACIÓN DE OBJETIVO- CONTENIDO:	
Dominar técnicas para manejar conflictos y emociones durante la comunicación, asegurando un ambiente educativo positivo y colaborativo.	
TEMAS:	
Capacitadores: Msc.Teresa Zambrano, Pamela Vozmediano	
4.1. Comunicación efectiva en el aula	
4.2. Colaboración y trabajo en equipo	
4.3. Tecnologías para la interacción educativa.	
TIPO DE CLASE:	
Teórica: (X) Teórica – Práctica: (x) Práctica: () Conferencia: () Seminario: () Clase encuentro: () Práctica de laboratorio: () Taller: (x) Otros () .	
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO:	
Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Leer un artículo sobre Modelos de integración didáctica de las TIC en el aula http://educa.fcc.org.br/pdf/comunicar/v24n47/1988-3293-comunicar-24-47-00079.pdf ● Observar video sobre Comunicación efectiva en el aula. https://www.youtube.com/watch?v=cu92NKiUtzQ ● Finalizar el plan de clase en parejas abordando las dimensiones socializadas 	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	
Moreira, M., Hernández-Rivero, V., & Sosa-Alonso, J. (2016). Models of educational integration of ICTs in the classroom. <i>Comunicar Digital/Comunicar</i> , 24(47), 79-87. https://doi.org/10.3916/C47-2016-08	
Miles de manos. (2018, 28 mayo). <i>Comunicación efectiva</i> [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cu92NKiUtzQ	
CO. (s.f.). Digital education. Recuperado el 15 de julio de 2024, de https://www.unesco.org/es/digital-education	

Anexo 8.
Carta de aprobación para realizar el pre test (retorno)



SANTO DOMINGO

COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA
 EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

Santo Domingo, 05 de marzo de 2024

Estimado
 Msc. Felipe Meza
 Director del Colegio Técnico "El Esfuerzo"

De mis consideraciones

Me dirijo a usted en calidad de Coordinador de la Carrera de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo (PUCESD), con el fin de solicitar su colaboración para un importante proyecto de investigación que estamos llevando a cabo.

Como parte de los requisitos para la culminación de la carrera de Comunicación, nuestros estudiantes de último año se encuentran realizando sus proyectos de titulación con el tema ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN LOS PROFESORES DE EDUCACIÓN BÁSICA. En este contexto, una parte fundamental de su trabajo consiste en la recolección de datos a través de encuestas que les permitan profundizar en sus investigaciones y obtener conclusiones relevantes.

Por esta razón, nos dirigimos a usted para solicitar amablemente su autorización para que las estudiantes: Leiddy Carmen Oviedo Tuqueres, con cédula de ciudadanía 2350149957 y Daviana Juliet Cabezas Cobeña con cédula de ciudadanía 1724795735, puedan aplicar las encuestas dentro de las instalaciones del Colegio Técnico "El Esfuerzo". Estamos seguros de que su colaboración será de gran ayuda para el desarrollo de sus proyectos académicos y para el enriquecimiento mutuo entre ambas instituciones educativas.

Ponemos a su disposición el número telefónico del tutor de la tesis de las estudiantes, Mg. José Romero Gutiérrez, +593 93 970 1494. Así mismo se puede comunicar conmigo a través de los contactos que se indican en la firma de este oficio.

Quedamos a su disposición para cualquier consulta o coordinación adicional que requiera este proceso.

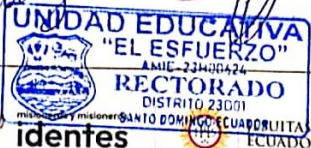
Agradecemos de antemano su atención y colaboración en este importante asunto.

Atentamente,

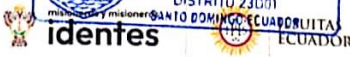


Marcelo Moreira Cedeño, Mg.
 Coordinador de la carrera de Comunicación
 CI: 1722281399
 Teléfono: 0980664923
 Correo: cec@pucesd.edu.ec
 PUCE Santo Domingo
 Santo Domingo, Ecuador

*Recibido
 06-03-2024
 11:40*



Dirección: Vía a Chone Km. 2.
 Código postal: 230203 / Teléfono: (593-9) 8066 4923



Anexo 9.

Solicitud del aval al ministerio de educación



Oficio Nro. CI-244/2024-DVINC
Santo Domingo de los Tsáchilas, 24 de junio de 2024

Dra. Nelly Meredith Coral Apunte
DIRECTORA DISTRITAL 23D01 DE EDUCACIÓN

Asunto: Solicitud de aval al Ministerio de Educación para el curso de Alfabetización y Competencias Mediáticas, dirigido a los docentes del Colegio Técnico "El Esfuerzo".

De mi consideración:

Ante todo, reciba un cordial saludo.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo (PUCESD), se encuentra implementando el curso de **Alfabetización y Competencias Mediáticas**, dirigido a los docentes del Colegio Técnico "El Esfuerzo". Este curso es parte de un proyecto de vinculación con la sociedad, aprobado y respaldado por el Msc. Felipe Meza, Director del mencionado colegio, según la planificación adjunta.

En este contexto, y debido a que los docentes de la mencionada institución han solicitado nuestra intervención para gestionar que en el certificado de participación conste el sello del Ministerio de Educación, con fines de categorización docente, solicitamos muy comedidamente su autorización para que los mencionados documentos tengan el aval del Ministerio de Educación.

Esta petición se realiza en el marco del Convenio Interinstitucional vigente entre la PUCESD y el Ministerio de Educación, con el objetivo de fortalecer las competencias mediáticas de los docentes y contribuir al desarrollo educativo de la región.

Agradecemos su atención y, en caso de que su respuesta sea positiva, le solicitamos amablemente los requisitos que la PUCESD debe presentar para que se proceda a conferir el aval en los certificados.

Quedamos atentos a su pronta y favorable respuesta.

Atentamente,
PUCE | **SANTO DOMINGO**
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN
COMUNIDAD
Tania Patricia Aguilera Bravo
C.I. 171222353
Directora de Vinculación
Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo

UNIDAD EDUCATIVA
"EL ESFUERZO"
RECTORADO
DISTRITO 23 D01
SANTO DOMINGO - ECUA

2024

DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS
RECIBIDO
28 JUN 2024
HORA 16:13
ATENCIÓN CI-244/2024-DVINC

Dirección: Vía a Chone Km. 2.
Código postal: 230203 / Teléfono: +593 2-370-2868 Ext. 240
Santo Domingo - Ecuador / www.pucesd.edu.ec



Anexo 10.

Aprobación desde la unidad educativa "El Esfuerzo" para realizar las capacitaciones en competencia (retorno)



SANTO DOMINGO

COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

Santo Domingo, 28 de mayo de 2024

Estimado
Msc. Felipe Meza
Director del Colegio Técnico "El Esfuerzo"

De mis consideraciones

Me dirijo a usted en calidad de Coordinador de la Carrera de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo (PUCESD), con el fin de solicitar su colaboración para un importante proyecto de investigación que estamos llevando a cabo desde el departamento de Coordinación de la carrera de Comunicación, departamento de vinculación y el Director de tesis, Msc. José Romero.

Como parte de los requisitos para la culminación de nuestros estudios, nuestros estudiantes de último año se encuentran realizando sus respectivas tesis de grado con el tema ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN LOS PROFESORES DE EDUCACIÓN BÁSICA. En este contexto, una parte fundamental de su trabajo fue la recolección de datos a través de las encuestas que les permitieron profundizar su investigación y obtener conclusiones relevantes.

Por esta razón, nos dirigimos a usted para solicitar amablemente su autorización para que nuestros estudiantes:

Apellidos y Nombres	Cédula
Cabezas Cobeña Daviana Juliet	1724795735
Castro Ruiz Kerly Melissa	1755407895
Escobar Mijas Mikaela Elizabeth	2300803760
Oviedo Tuqueres Leiddy Carmen	2350149957
Vozmediano Morales Pamela Dayana	2300626708
Vera Sandoval Génesis Mishell	2300911605
Zambrano Solórzano María José	2350205593

Puedan realizar las capacitaciones después del análisis de las encuestas obtenidas a los docentes que imparten clases en las instalaciones del Colegio Técnico "El Esfuerzo". Las capacitaciones se realizarán en las instalaciones de la Pontificia Universidad Católica Sede Santo Domingo. Estamos seguros de que su colaboración será de gran ayuda para el desarrollo de sus proyectos académicos y para el enriquecimiento mutuo entre ambas instituciones educativas.

Las capacitaciones se realizarán en horario de 11 am hasta 3 pm:

Fechas
12 de junio
19 de junio
26 de junio
03 de julio

Dirección: Vía a Chone Km. 2.
Código postal: 230203 / Teléfono: (+593) 98 360 6119
Santo Domingo - Ecuador / www.pucesd.edu.ec





SANTO DOMINGO

COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

Ponemos a disposición el número telefónico del tutor de tesis de las estudiantes, Mg. José Romero Gutiérrez, +593 93 970 1494. Así mismo se puede comunicar conmigo a través de los contactos que indican en la firma de este oficio.

Quedamos a su disposición para cualquier consulta o coordinación adicional que requiera este proceso. Agradecemos de antemano su atención y colaboración en este importante asunto.

Atentamente,




Msc. Marcelo Moreira
 Coordinador de la carrera de Comunicación
 Cédula: 172228139-9
 Teléfono: +593 980664923
 Correo: cec@pucesd.edu.ec
 PUCE Santo Domingo
 Santo Domingo - Ecuador

Recibido.
 29-05-2024.
 UNIDAD EDUCATIVA "EL ESFUERZO"
 ANTECEDENTES
 COORDINACIÓN PEDAGÓGICA
 INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 SANTO DOMINGO ECUADOR

Dirección: Vía a Chone Km. 2
 Código postal: 230203 / Teléfono: (+593) 98 360 6119
 Santo Domingo - Ecuador / www.pucesd.edu.ec

f t i in v d

28
 PUCESD



Anexo 11.

Banco de fotografías (retorno)

Acto de inauguración en competencia mediática



Nota: Inauguración del evento en la parroquia “El Esfuerzo”

Capacitadoras en competencia mediática



Nota: Equipo de capacitadoras en el acto de inauguración

Actividades prácticas para adquirir habilidades en la dimensión interacción



Nota. Los (as) docentes realizando materiales interactivos.

Soporte en expertos en dimensiones lenguaje, estética, proceso de producción y difusión



Nota. Expertos invitados en el primer día de capacitación: MSc. Marcelo Moreira, MSc. Aidé Zumba.

Capacitación en dimensión tecnológica



Nota. Segundo día de capacitación con la dimensión tecnológica.

Análisis de interfases tecnológicas



Nota. Docentes analizando los elementos para crear una publicación en la plataforma X

Estudiante y experto impartiendo la capacitación



Nota. Experto invitado para abordar esta dimensión el Msc. José Romero.

Tercer día de capacitación dimensión de Ideología y Valores



Nota. Los (as) docentes respondieron preguntas de análisis sobre cómo pueden identificar noticias falsas.

Ultimo día de capacitación con la dimensión de procesos de interacción



Nota. Los (as) docentes escuchan la parte teórica de la capacitación y realizaron actividades en conjunto con sus compañeros.

Experta invitada a la capacitación



Nota. Para abordar la dimensión de procesos de interacción se invitó a la PhD. Teresa Zambrano

Evidencia de la implementación del plan de formación



Nota. Post de la Universidad de evidencias de la implementación del Plan de Formación.

9. REFERENCIAS

- Aguaded, I., Castillo-Abdul, B., & Romero-Rodríguez, L. (2020). Educomunicación y Media Literacy: espacios de referencia en divulgación científica y académica en español. *Index Comunicación*, 10(3), 215-233. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Educom>
- Aguaded, I., Marín-Gutiérrez, I., & Díaz-Parejo, E. (2015). La alfabetización mediática entre estudiantes de primaria y secundaria en Andalucía, España. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18(2), 275-298. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.18.2.13407>
- Aguaded, I., Jaramillo-Dent., D., & Delgado-Ponce, Á. (2021). *Curriculum Alfamed de formación de profesores en educación mediática*. Octaedro.
https://www.researchgate.net/publication/351786446_Curriculum_Alfamed_de_formacion_de_profesores_en_educacion_mediatica
- Arenas-Fernández, F. A. (2022). *Competencia Mediática en estudiantes y profesores colombianos*. [Tesis de doctorado, Universidad de Huelva]. Repositorio Institucional.
https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/arturo_C_284.pdf
- Arias F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Espisteme. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Barbas, C.Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10(14), 157-17.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>
- Blanco, C. (2011). *Encuesta y estadística: modelos de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Brujas.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1319/1/Blanco-%20metodos%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Buckingham, D. (2004). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós. <https://www.terras.edu.ar/biblioteca/2/2BUCKINGHAM-David-Alfabetizaciones-Digitales.pdf>

- Castellanos, D., & Sinmaleza, K. (2022). *Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo*. [Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. https://issuu.com/pucesd/docs/tt_castellano_dayra_y_sinmaleza_krystel
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento Humano México*. McGRAW-HILL.
<https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-3th.pdf>
- Chila, H., Chávez, L., Ardila L., & Holguín Mendoza, S. A. (2023). ERCA y ABP: enfoques educativos que fomentan el desarrollo del pensamiento lógico con estrategias innovadoras en la enseñanza de matemática. *Ibero-American Journal of Education & Society Research*, 3(2), 84–94. <https://doi.org/10.56183/iberoeds.v3i2.638>
- Constitución de la República de Ecuador [Const.]. Art. 347, literal 7. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008 (Ecuador). https://defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Corona- Rodríguez. J. (2021). La importancia de la Alfabetización Mediática Informativa en el contexto pandémico: propuesta de actualización y nuevas preguntas. *Diálogos sobre la educación*, (22), 1-11. <https://doi.org/10.32870/dse.v0i22.979>
- Dávila-Navarro, E. (2023). *Educomunicación, una respuesta a la prevención de la violencia contra niñas y niños. Situación vulnerable de la infancia en áreas rurales de Bolivia*. [Tesis de Doctorado, Universidad de Huelva]. Archivo digital.
http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20comprenden,de%20nuevas%20t%C3%ADas%20de%20investigaci%C3%B3n.
- Gutiérrez-Martín, A., González, R., & Gil, C. (2022). Competencias TIC y mediáticas del profesorado. Convergencia hacia un modelo integrado AMI-TIC. *Revista Comunicar*, (70), 21-33. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-02>

- Díaz, C., Caso, J., & Jiménez, J. (2018). Aproximaciones metodológicas para la adaptación de test en contextos educativos. En C. Díaz, Caso, J. Jiménez, J. *La evaluación educativa: Experiencias de investigación en posgrado*, 103-118. Qarturppi.
https://www.researchgate.net/publication/329572856_2018_-_Aproximaciones_metodologicas_para_la_adaptacion_de_test_en_contextos_educativos-103-118
- Díaz, G., Reig, R., & Chávez, R. (2020). Currículo de Alfabetización Mediática e Informativa de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Revista Comunicar*, (62), 103-114. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, (29), 100-107. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La Competencia Mediática: Propuesta Articulada de Dimensiones e Indicadores. *Revista Comunicar*, (38), 75-82.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10>
- García-Ruiz, R., Pinto da Mota Matos, A., Arenas-Fernández, A., & Ugalde, C. (2020). Alfabetización mediática en Educación Primaria. Perspectiva internacional del nivel de competencia mediática. *Pixel bit*, (58), 217-236.
<https://institucional.us.es/revistas/PixelBit/2020/74535.pdf>
- García-Ruiz, R., Ramírez García, A., & Rodríguez-Rosell, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Revista Comunicar*, (10), 57-72. <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/106556/1/Media-Literacy-in-Primary-Education-International-perspective-of-level-of-literacy-competencePixelBit-Revista-de-Medios-y-Educacion.pdf>
- Garro-Rojas, L. (2020). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, (22), 102-502.
<https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708>

- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/03/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- González, E., Sánchez, H., & Sandoya, C. (2021). *La alfabetización mediática y digital en el siglo XXI. Una reflexión crítica desde la educomunicación*. Ciespalfelafacs. https://congresociespalfelafacs.org/wp-content/uploads/2023/11/07005-La-alfabetizacion-mediatica_REV_FO.pdf
- González-Cabrera, C., Sánchez, C. U., Piedra, L., & Loja, J. (2019). Diferencias en el nivel de competencia mediática por tipo de sistema educativo. *Contratexto*, (32), 95-110. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/4612>
- González-Carrión. (2021). *Instagramers: prosumers en la era global. Adolescentes, humor y competencia mediática en los prosumidores emergentes*. [Tesis de Doctorado, Universidad de Huelva]. Archivo digital. <https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/H365.pdf>
- Gozálvez, V., & Contreras-Pulido, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Revista Comunicar*, 21(42), 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>
- Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. Ed.4. https://www.academia.edu/16545190/CAPACITACION_Y_DESARROLLO_DE_PERSONAL_4ed_JAIME_A_GRADOS_ESPINOSA
- Gutiérrez, A. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Editorial Gedisa. Ed.1. https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Aparici-Educomunicacion_Mas_Alla_del_2-0.pdf
- Gutiérrez-Martín, A., González, R., & Gil, C. (2022). Competencias TIC y mediáticas Informativa de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Revista Comunicar*, 28(62), 1-12. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>
- Hernández, Fernández., C., & Baptista., P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2022). *Tecnologías de las Información y la Comunicación*. Ecuador en cifras. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic-2022/>
- Kaplún, M. (1997). De medios y fines en comunicación educativa. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, (85), 4-6.
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/1286/4/RFLACSO-I03-07-Pachano.pdf>
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Masschelein, J., & Simons, M. *Defensa De La Escuela*. Studylib.es.
<https://studylib.es/doc/8443134/jan-masschelein-y-marteen-simons--defensa-de-la-escuela>
- Maya, E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Coordinación Editorial.
https://librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Bryant, J y Zillmann, D. (Ed), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. 13-34. Paidós. <https://www.catedraa.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/Influencia-de-las-noticias-sobre-nuestras-im%C3%A1genes-del-mundo.pdf>
- Ministerio de Educación. (2023). *Plan Nacional de Formación Permanente*. (1ra ed).
<https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/03/Plan-Nacional-de-Formacion-Permanente.pdf>
- Morón, N. B., Ruiz, N. E., Páez, A. R., & Hernández, L.G. (2011). *Alfabetización mediática y competencias básicas*. Secretaria General Técnica.
<https://books.google.es/books?id=aKppRULig0gC&lpg=PA11&ots=71ERCwvWeG&dq=Alfabetizaci%C3%B3n%20medi%C3%A1tica%20y%20competencias%20b%C3%A1sicas%20&hl=es&pg=PA6#v=onepage&q=Alfabetizaci%C3%B3n%20medi%C3%A1tica%20y%20competencias%20b%C3%A1sicas&f=false>

- Muñoz-Borja, P (2020). *Educomunicación, Discapacidad y Ciudadanía. Estrategia de Educomunicación para la formación ciudadana de poblaciones en riesgo de exclusión*. [Tesis de doctorado, Universidad de Huelva]. Archivo digital. <https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/H124.pdf>
- Ocampo, J., & Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI, México. *Historia de la Educación*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86901005>
- Organización de la Naciones Unidas [ONU]. (2021). *Priorizar la educación para todos los niños y niñas es el camino a la recuperación*. Naciones Unidas Ecuador. <https://ecuador.un.org/es/109979-priorizar-la-educaci%C3%B3n-para-todos-los-ni%C3%B1os-y-ni%C3%B1as-es-el-camino-la-recuperaci%C3%B3n>
- UNESCO. (2022). *Acerca de la alfabetización mediática e informacional*. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy/about>
- Otero, A. O. (2018). *Enfoques de investigación*, 1. En O.A. Otero. (Ed). Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico. https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-OteroOrtega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Peñalva, S. (2022). *La alfabetización mediática en la Unión Europea: evaluación del proyecto de formación del profesorado de “Media in Action”*. [Tesis doctoral]. Repositorio Institucional de la Universidad Huelva. <https://hdl.handle.net/10272/21895>
- Rivera-Rogel, D., Mier, C., Rodríguez-Hidalgo, C., Andrade, L., Iriarte, M., Marín-Gutiérrez, I., & Freire. (2019). *Libro Blanco: Competencias Mediáticas en Ecuador*. [Chaski.portas.pucesd.edu.ec/pluginfile.php/703276/mod_resource/content/0/White%20Book%20UTPL.pdf](https://chaski.portas.pucesd.edu.ec/pluginfile.php/703276/mod_resource/content/0/White%20Book%20UTPL.pdf)
- Sánchez, E. (2015). *Introducción a las hojas de cálculo en Excel*. [Tesis de grado de la Universidad Autónomas del Estado de Hidalgo]. Repositorio uaeh. [https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16676/PE_T1_U2_DisenioEx.pdf?sequence=1#:~:text=Excel%20es%20un%](https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16676/PE_T1_U2_DisenioEx.pdf?sequence=1#:~:text=Excel%20es%20un%20)

Simons, M., & Masschelein, J. (2014). *Defensa de la escuela. Una cuestión pública.*

<https://bit.ly/3kzS1ul>

Valdivia-Barrios, A., Pinto-Torres, D., & Herrera-Barraza, M. (2018). Alfabetización mediática y aprendizaje. Aporte conceptual en el campo de la comunicación educación. *Revista*

Electrónica Educare, 22(2), 1-16. <http://doi.org/10.15359/ree.22-2.8>

Valenzuela, C. (Ed). (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0.* Nómadas.

<https://www.redalyc.org/pdf/1051/105122653019.pdf>

Vélez, I. (2017). La formación en alfabetización mediática y competencia digital. *Revista Fuentes*, 19(2), 15–19.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/4563>

Villamizar, G. (1997). Educación y medios: Una conciliación necesaria. *Chaqui* (58), 12-15.

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/12920?mode=full>