



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN

BÁSICA EN LA ZONA RURAL PARROQUIA SAN JOSÉ DE ALLURIQUÍN

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

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

Autoría:

Escobar Mijas Mikaela Elizabeth

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 PARROQUIA SAN JOSÉ DE ALLURIQUÍN**

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

Autoría:

Escobar Mijas Mikaela Elizabeth

Revisado por:

Firmas sobre las líneas (eliminar este texto)

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

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.
CALIFICADORA

Moreira Cedeño Cristhian Marcelo, Mg.
CALIFICADOR

Moreira Cedeño Cristhian Marcelo, Mg.
COORDINADORA DE LA CARRERA DE GRADO

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Escobar Mijas Mikaela Elizabeth, portadora de la cédula de ciudadanía 2300803760, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del Grado de Licenciada en Comunicación son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro 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 mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Igualmente, declaro 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.



Escobar Mijas Mikaela Elizabeth
C.C. 2300803760

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESCRITO DE GRADO

Cano de la Cruz, Yullio, 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 PARRAQUIA SAN JOSÉ DE ALLURIQUÍN , realizado por la estudiante: Escobar Mijas Mikaela Elizabeth con cédula de ciudadanía 2300803760, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, informo que el presente Trabajo de Titulación escrito se encuentra finalizado conforme a la guía y al formato de la Sede vigente.

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, 24/09/2024.

Atentamente,

Romero Gutiérrez José Marcelino

Profesor Titular Auxiliar I

RESUMEN

Este estudio no solo proporcionará una comprensión detallada del nivel actual de las competencias mediáticas de los profesores, sino que también ofrecerá una base sólida para diseñar un plan de capacitación efectivo para los docentes de educación básica en la Parroquia San José de Alluriquín. Este trabajo contribuirá significativamente al conocimiento sobre la alfabetización y competencias mediáticas mediante un enfoque cuantitativo, basado en investigaciones previas que han evaluado hábitos y competencias en el contexto educativo. El objetivo final es mejorar la calidad de la educación y el desarrollo profesional de los docentes.

El resultado nos permite establecer que el grupo investigado presenta un nivel medio de competencia, lo cual indica que tiene una deficiencia significativa la cual incide en la forma este público se relaciona e interactúa con los medios de comunicación

La conclusión más relevante es que las competencias mediáticas de los docentes se encuentran en un nivel medio, y, además, ofrece una guía estratégica para implementar futuras intervenciones educativas. Al centrar los esfuerzos en mejorar las competencias mediáticas, se logrará un avance significativo en la calidad de la educación y el desarrollo profesional de los docentes.

Palabras clave: Educomunicación, Alfabetización mediática, Competencia mediáticas.

ABSTRACT

This study will not only provide a detailed understanding of the current level of teachers' media skills, but will also offer a solid basis for designing an effective training plan for basic education teachers in the San José de Alluriquín Parish. This work will contribute significantly to the knowledge of media literacy and skills through a quantitative approach, based on previous research that has evaluated habits and competences in the educational context. The ultimate goal is to improve the quality of education and the professional development of teachers.

The result allows us to establish that the researched group has an average level of competence, which indicates that it has a significant deficiency which affects the way this public relates and interacts with the media

The most relevant conclusion is that the media skills of teachers are at an average level, and, in addition, it offers a strategic guide to implement future educational interventions. By focusing efforts on improving media skills, a significant advance will be achieved in the quality of education and professional development of teachers.

Keywords: Educomunicación, Media literacy, Media competition.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	12
1.1.	Antecedentes	13
1.2.	Planteamiento y delimitación del problema.....	15
1.3.	Preguntas de investigación.....	16
1.4.	Justificación.....	16
1.5.	Objetivos de investigación	18
1.5.1.	Objetivo general	18
1.5.2.	Objetivos específicos.....	18
2.	REVISIÓN DE LA LITERATURA	19
2.1.	Educomunicación	19
2.2.	Alfabetización Mediática	23
2.3.	Competencia Mediática	28
3.	METODOLOGÍA	36
3.1.	Enfoque y tipo de investigación	36
3.2.	Unidades de análisis	36
3.3.	Técnicas e instrumentos de investigación	37
3.4.	Técnicas de análisis de datos.....	38
4.	RESULTADOS.....	39
4.1.	Identificación del nivel de competencias mediáticas de docentes.....	39
4.1.1.	Diseño del cuestionario	39
4.1.2.	Peso por dimensión.....	39
4.1.3.	Ponderación de indicadores por ámbito y expresión.....	40
4.1.4.	Nivel de competencia mediática	41
4.2.	Plan de formación de las profesoras y profesores de la zona rural de Santo Domingo	43
4.2.1.	Primera fase: Planeación	44

4.2.1.1. Diagnóstico de la necesidad de la capacitación.....	44
4.2.1.2. Objetivo del diagnóstico	45
4.2.2. Segunda Fase: Organización	45
4.2.2.1. Contenidos (Syllabus)	45
4.2.2.2. Recursos y presupuesto.....	52
4.2.3. Tercera Fase: Ejecución.....	52
4.2.3.1. Cronograma	52
4.2.3.2. Declaración de uso de datos	54
4.2.3.3. Comunicación.....	55
4.2.4. Cuarta Fase: Evaluación	55
4.2.4.1. Valoración de la formación	56
4.3. Evaluación del programa de capacitaciones.....	56
5. DISCUSIÓN	57
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
6.1. Conclusiones.....	59
6.2. Recomendaciones.....	59
7. REFERENCIAS.....	61
8. ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Carácter dialógico de la educomunicación	22
Tabla 2. Dimensiones de la educación para los medios	25
Tabla 3. Las 5 leyes de la alfabetización mediática e informacional (MIL).....	26
Tabla 4. Síntesis de indicadores de la competencia mediática.....	30
Tabla 5. Peso de cada dimensión de la competencia.....	40
Tabla 6. Ponderación de Indicadores por ámbito y expresión	41
Tabla 7. Calificación promedio ponderado	42
Tabla 8. Syllabus	46
Tabla 9. Presupuesto de la capacitación de la capacitación.....	52
Tabla 10. Cronograma del curso	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de procesos de resultados	39
Figura 2. Proceso para la ejecución de la capacitación.....	44

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de Profesores de educación básica	68
Anexo 2. Preguntas por dimensión competencia mediática educación básica	79
Anexo 3. Preguntas por ámbito de competencia mediática educación media	79
Anexo 4. Rango de calificación	79
Anexo 5. Dimensión e indicadores de la competencia mediantica	80
Anexo 6. Publicación para redes sociales	81
Anexo 7. Banco de fotografías	82

1. INTRODUCCIÓN

La educomunicación se concibe como la simbiosis entre educación y comunicación y se considera como un enfoque integral que busca potenciar la capacidad crítica y participativa de los individuos en la sociedad de la información. Mario Kaplún, reconocido comunicador y pionero en el campo de la educomunicación, ha contribuido significativamente a la definición de este término. Según el autor, la educomunicación implica un proceso educativo centrado en la comunicación, donde el acto de aprender y comunicar se entrelaza de manera dinámica (Romero, 2023).

En otra perspectiva, la alfabetización mediática implica la habilidad para entrar, examinar, valorar y generar mensajes en distintos medios de comunicación. Un concepto destacado expone Livingstone (como se citó en Mezquita y Fernández, 2023) quien plantea que la educomunicación es la habilidad para acceder a los medios, comprender y valorar de manera crítica diversos aspectos del contenido mediático, así como crear comunicación en diversas formas. Por ende, no solo es esencial entender el operar de los diversos dispositivos y participar a través de creaciones personales, sino que también conlleva una apreciación profunda y crítica acerca del desempeño de estos entornos, sus múltiples dimensiones, cómo representan y generan mensajes y cómo son empleados.

De acuerdo con ambas concepciones, la educomunicación y la alfabetización mediática están interrelacionadas, ya que ambas se centran en el desarrollo de habilidades críticas y creativas necesarias para comprender, interpretar y participar de manera activa en los medios de comunicación.

Ferrés y Piscitelli (como se citó en Arenas-Fernández, 2022) afirman que la formación mediática tiene que evolucionar en dos contextos fundamentales: la creación de mensajes individuales y la interacción con mensajes externos. De este modo, se consigue integrar la reflexión crítica y artística con la destreza expresiva, el estímulo de la

independencia individual con la responsabilidad social y cultural.

La alfabetización mediática se erige como el cimiento para la formación de competencias mediáticas, que abarcan desde la capacidad para distinguir entre información y desinformación hasta la comprensión de los mensajes subyacentes, la evaluación de la credibilidad de las fuentes y la participación responsable en la sociedad mediática contemporánea.

1.1. Antecedentes

La relevancia que adquiere la alfabetización y las competencias mediáticas ha impulsado la revisión de investigaciones desarrolladas en este ámbito para el estudio. En este sentido, se ha realizado una completa revisión de la literatura utilizando plataformas académicas y textos científicos relevantes, permitiendo así ampliar los conocimientos vinculados a la temática en el contexto educativo.

En el ámbito internacional, un estudio realizado en España, por Herrero y La Rosa (2022) abordó de qué forma los estudiantes de educación secundaria obligatoria en centros públicos españoles, con edades comprendidas entre los 11 y los 16 años, se relacionan con los medios de comunicación. El estudio examinó sus hábitos informativos, el nivel de discernimiento periodístico que poseen y cómo afrontan la información en un contexto de infodemia y desinformación. También exploró la percepción de los profesores sobre las carencias mediáticas que observan en sus alumnos. La metodología incluyó una encuesta aplicada a 1.651 estudiantes del país, junto con 77 entrevistas en profundidad a docentes de diferentes regiones. Entre los hallazgos del estudio se destaca que los estudiantes secundarios obtienen información principalmente de redes sociales, televisión y grupos familiares. Tienen dificultades para distinguir entre información y opinión. Aunque se consideran capaces de discernir noticias de bulos, más de la mitad no logró diferenciar entre una noticia falsa y una auténtica. Según los profesores, algunos muestran un consumo mediático acrítico, impulsado por el consumo compulsivo de contenido audiovisual y digital.

En el contexto regional, los resultados de una investigación comparativa entre Colombia y Ecuador para evaluar la alfabetización mediática de profesores (N=654), revelaron un nivel educativo que varía entre bajo y medio (Rivera-Rogel et al., 2017). Es relevante destacar que en este estudio se evaluó el nivel de conocimiento y competencias utilizando doce indicadores agrupados en seis dimensiones definidas por Ferrés y Piscitelli (2012).

En el ámbito nacional, González et al. (2019) llevaron a cabo un estudio para examinar las disparidades en el nivel de competencia mediática según el tipo de sistema educativo en Ecuador. A través de la aplicación de un cuestionario y un análisis estadístico correspondiente se encontró que los estudiantes matriculados en el sistema educativo regular en entornos urbanos exhibieron un nivel más alto de competencias mediáticas en comparación con los demás participantes del estudio. Además, se identificaron diferencias significativas relacionadas con el género, la edad y el nivel de competencias mediáticas.

Por otro lado, a nivel local, en la investigación titulada "Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo" (2022), presentada como trabajo de fin de grado se encuestó a 402 padres con edades comprendidas entre los 28 y 55 años. Los resultados revelaron que la mayoría de los padres de adolescentes prefieren utilizar la computadora para acceder a las redes sociales, siendo Facebook la plataforma más utilizada con mayor frecuencia. Además, según los hallazgos de este estudio, la mayoría de los padres demuestran independencia en la navegación por internet y no requieren asistencia significativa.

Los estudios previos proporcionan una perspectiva amplia sobre la situación a distintas escalas, resaltando desafíos y áreas de mejora. Sin embargo, también ponen de manifiesto la necesidad crítica de investigar y adaptar estas cuestiones a contextos locales específicos, como el entorno rural.

1.2. Planteamiento y delimitación del problema

Las investigaciones previas analizadas tienen como característica, se han realizado a través de enfoques cuantitativos, dos estudios evaluaron hábitos, conocimientos y competencias en alfabetización mediática entre estudiantes, un estudio enfocado en profesores para identificar el nivel de conocimiento en alfabetización mediática en zonas urbanas de Ecuador y Colombia, y finalmente y un estudio focalizado en padres de familia con respecto a alfabetización mediática en la ciudad de Santo Domingo.

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008), Art. 18 “Todas las personas tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural..”, lo que implica, no solo que la información debe comprender especificaciones correspondientes a la búsqueda de la objetividad bajo los principios de veracidad, verificación, contrastación y la contextualización, sino también que los ciudadanos puedan acceder de manera consciente a datos que les permita tomar decisiones acertadas producto del análisis de las diversas fuentes, cuestión que se logra a través de la obtención de competencias mediáticas.

Por otro lado, la evolución de la conectividad en Ecuador, según los datos recientes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2023) indica que la proporción de hogares con acceso a Internet es de 62,2% a julio de 2023, el organismo también indica que el índice de analfabetismo digital ha disminuido, actualmente un 7,6%. Es importante resaltar que el INEC menciona que, en el sector rural, la presencia de hogares con acceso a Internet ha experimentado un notable aumento, con 44,4% en 2023. Los indicadores revelan únicamente datos con respecto a acceso sin considerar variables como el uso que se da en la interacción. Los datos anteriormente expuestos permiten tener una perspectiva empírica de la situación con respecto a la alfabetización mediática en la educación en el sector rural y datos de acceso.

En relación con aquellos que acceden a la información con soporte en TIC, resulta imperativo enfocarse en la alfabetización mediática como un paso fundamental hacia el desarrollo de competencias mediáticas, dado que el exceso de información en la red se convierte en un terreno propicio para la desinformación y las noticias falsas, como ilustra claramente la influencia de la infodemia, término anunciado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) durante la pandemia para explicar el fenómeno de la influencia negativa de los medios en la crisis sanitaria (López, 2020).

1.3. Preguntas de investigación

Los elementos anteriores condujeron a formular el siguiente problema de investigación:

¿Cómo mejorar la formación del profesor rural como actor clave en el aprendizaje en alfabetización y competencias mediáticas?

Este problema se sistematiza a través de tres preguntas específicas:

¿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

Esta investigación se justifica por la necesidad de cerrar brechas digitales y fomentar una enseñanza actualizada y eficaz sobre la información presente en los medios de comunicación digital, lo cual es esencial para abordar el problema identificado,

correspondiente a la formación de profesores del área rural.

La Constitución de la República de Ecuador (2008) , en su artículo 347 literal 7), establece que es responsabilidad del Estado "Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post-alfabetización (...)", por ende, es corresponsabilidad de la academia, abordar la integración idónea de las tecnologías de la información y comunicación desde una perspectiva constructiva y en pro de una sociedad digital de calidad, informada y crítica con respecto a los contenidos que en estos se difunde. Las TIC no deben entenderse únicamente como instrumentos sino como medios para alcanzar objetivos comunes.

Por otro lado, la Ley Orgánica de Educación Intercultural (2015), en su artículo 6 literal j), establece que una de las responsabilidades del Estado consiste en:

Asegurar la disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información, la alfabetización digital desde una perspectiva intercultural, el uso de la comunicación en el proceso educativo como derechos fundamentales y promover la conexión de la enseñanza con las actividades productivas o sociales (p. 15).

Es importante que desde los organismos correspondientes se asegure que las tecnologías de la información estén presentes, sean accesibles, aceptables y asequibles. Es necesario implementar estrategias educativas para comprender los medios digitales y la información que circula en ellos desde una perspectiva intercultural, reconociendo la importancia de la comunicación en el proceso educativo como un derecho fundamental.

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) trabaja en el avance de la alfabetización mediática e informacional, buscando que las personas desarrollen habilidades críticas y tomen decisiones informadas. Su enfoque principal radica en fortalecer las capacidades de formuladores de políticas, educadores, profesionales de la información y los medios, organizaciones juveniles y comunidades desfavorecidas. La Organización respalda a los Estados miembros en la

formulación de políticas y estrategias nacionales para la alfabetización en medios de comunicación e información.

En conclusión, desde distintas aristas se justifica la necesidad de trabajar en la alfabetización y competencias mediáticas desde las instituciones educativas, eje principal de la formación formal de la sociedad.

1.5. Objetivos de investigación

1.5.1. Objetivo general

Contribuir al mejoramiento del nivel de alfabetización y competencias mediáticas de los profesores de la parroquia rural San José de Alluriquín.

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 competencias mediáticas.
- Planear una propuesta de evaluación para el plan de formación en alfabetización y competencias mediáticas.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Esta era está marcada por la difusión de los medios de comunicación y la abundancia de información digital; la alfabetización y las habilidades mediáticas son esenciales para la participación activa y crítica de la sociedad. A través de esta revisión literaria se explora la convergencia entre la educación y la comunicación, para valorar la manera en que las y los ciudadanos interactúan con la información. En este contexto, se abordan temas transversales como: la educomunicación, la alfabetización mediática y la competencia mediática. Este capítulo pretende comprender las complejidades y desafíos que enfrenta la sociedad en un entorno mediático en constante evolución, proporcionando una base sólida para la presente investigación.

2.1. Educomunicación

En sus inicios, la educomunicación estaba vinculada al estudio de la educación en el ámbito de la comunicación. Originalmente, se refería más a las acciones de los medios tradicionales de información que a los procesos de interacción entre sus participantes. A medida que la educomunicación evolucionó, este enfoque, centrado principalmente en el uso de los mass media, fue cambiando tanto en países iberoamericanos como anglosajones (Chávez, 2021).

Para Carias et al. (2021) la historia de la educomunicación tiene sus raíces en la formación de la realidad social latinoamericana, con sus aspectos tanto positivos como negativos. Esto llevó a reflexiones y debates en el ámbito académico que se han acercado a este concepto para facilitar diálogos interdisciplinarios que posibiliten el estudio y la comprensión de fenómenos diversos.

A medida que crecía el interés por definirla, en las décadas de los 80 y 90 surgieron numerosos análisis y estudios sobre el campo. Hacia finales de los años 90, se concebía a la educomunicación como una disciplina destinada a impulsar procesos de aprendizaje creativos mediante la integración de recursos educativos y comunicativos (Dávila, 2023).

La prevalencia del uso de pantallas a nivel mundial y en diferentes generaciones destaca la urgencia de la educación en medios en entornos escolares y comunitarios. La UNESCO, desde la década de 1980, ha instado a los gobiernos a cumplir con las responsabilidades que les corresponden para fomentar una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación entre los ciudadanos (Vega, 2019). La UNESCO se refiere a la educomunicación como "la formación en comunicación", aunque ha recibido diversas denominaciones, como educación para los medios, educación por la comunicación, educación para la recepción, pedagogía de la imagen, pedagogía para los medios, entre otras (Loterio et al., 2019).

Más allá de la instrucción en medios, en Latinoamérica ha emergido un contexto de convergencia significativo, en el que se integra la comunicación y la educación, como un ámbito transdisciplinario.

Desde la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), la enseñanza, la interacción y la participación se reconocen como derechos esenciales. Este marco posibilita explorar y, de alguna manera, describir el concepto de educomunicación como un concepto dinámico que interactúa con los entornos en los que se desarrolla.

Córcoles et al. (2023) manifiestan que estudiar la educomunicación es un llamado a visualizarla desde una perspectiva de transformación social, considerándola una propuesta real y esencial, más allá de un deseo legítimo, adoptando una mirada más dialéctica. Por su parte Dávila (2022) manifiesta que la educación aplicada al contexto de la comunicación define las formas en que se abordan y generan procesos comunicativos apropiados.

Para este último autor, esta disciplina se enfoca en la elaboración de estrategias de capacitación que delinear la manera de llegar efectivamente a audiencias específicas mediante mensajes.

Oliviera-Soares describe a la educomunicación como el espacio donde los usuarios se extienden más allá del derecho a la información y adoptan un rol más participativo y

reflexivo en los procesos de interacción entre medios y usuarios, que se caracterizan por ser más horizontales y democráticos (como se citó en Lotero, Romero y Pérez, 2008).

Dávila (2023) caracteriza a la educomunicación como una herramienta que potencia la pedagogía y didáctica del proceso, beneficiando a los participantes al mejorar sus habilidades para abordar críticamente los contenidos mediáticos. Esto implica la capacidad de producir mensajes propios, relacionar estos mensajes con sus contextos, mejorar el proceso de aprendizaje y conectarlos con su vida diaria, incluyendo conocimientos, emociones, valores y prácticas.

Muñoz et al. (2021) reconocen que la educomunicación, como campo de estudio, se materializa y adquiere forma a través de su implementación. Se manifiesta en proyectos e iniciativas concretas, como planes y programas sociopedagógicos y socioculturales, ya sean impulsados por instituciones públicas, privadas o como resultado de investigaciones.

Existe un incremento del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en diversas áreas, mismas que buscan impactar el aprendizaje y la sociedad. La educomunicación emerge como un enfoque que facilita aprendizajes colectivos mediante el uso de recursos didácticos y tecnológicos. Fomenta la crítica y la participación, capacitando a individuos para abordar problemáticas y contribuir a la transformación de la realidad (Begnini et al.,2022).

La noción de cultura participativa sugiere que los individuos asuman el control en las plataformas sociales, creando sus propios contenidos desde sus contextos, sin depender de las grandes empresas y corporaciones (Rivero et al.,2021). Además, las demandas del entorno mediático actual requieren de la integración en las aulas de las fuentes de información presentes en la vida cotidiana de los adolescentes. Para lograr estos objetivos los expertos proponen la alfabetización mediática, misma que busca desarrollar de manera colaborativa un enfoque crítico, alineado a la labor educomunicativa, centrada en el aprendizaje y generada en un entorno mediático, en el que la comunicación involucra activamente tanto a los emisores como a los receptores (Caldeiro et al., 2019). Por su parte,

Forteza (2023) enfatiza en dicha concepción afirmando que el cultivo de diversas habilidades tiene un alto valor en el ámbito educativo y también influye considerablemente en la esfera comunicativa, permitiendo una comprensión más profunda de la realidad y facilitando la interacción con ella. Sin embargo, el simple consumo pasivo de información a través de varios medios no garantiza el desarrollo de destrezas y habilidades éticas y morales fundamentales.

Después de la revisión conceptual e histórica del término educomunicación es posible identificar distintos enfoques que posibilitan examinar diversas prácticas educomunicativas. Cada uno de estos enfoques destaca una dimensión específica, alineada con la concepción educativa, comunicativa y social desde la cual parten (Barbas, 2012). Entre todos estos, se encuentran ciertas semejanzas en las definiciones presentadas.

La educomunicación se caracteriza por su naturaleza dialógica, lo que implica considerar, en primer lugar, su carácter colaborativo y participativo; en segundo lugar, sus capacidades creativas y transformadoras, y, en tercer lugar, los medios y códigos que configuran el proceso educomunicativo (Barbas, 2012).

Tabla 1.

Carácter dialógico de la educomunicación

Carácter dialógico de la educomunicación	
Naturaleza colaborativa y participativa	La educomunicación pone el acento en el intercambio de los participantes a través de la puesta en acción de su capacidad para el diálogo, es decir, mediante su participación activa en el proceso.
gPosibilidades creativas y transformadoras	El conocimiento no es algo dado o transmitido sino algo creado a través de procesos de intercambio, interacción, diálogo y colaboración.
El uso de los medios en el proceso	Los medios deben posibilitar el flujo de significados, el movimiento y la producción de conocimientos socializados

Nota: Tomado de Barbas (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado, p. 105.

2.2. Alfabetización Mediática

La relación entre educomunicación y alfabetización mediática radica en su enfoque compartido hacia la construcción de habilidades críticas y participativas en el ámbito de la comunicación. La educomunicación se centra en la interacción creativa entre educación y medios, fomentando la producción activa de mensajes y la comprensión crítica de los mismos. Por otro lado, la alfabetización mediática se enfoca en capacitar a las personas para interpretar, evaluar y crear mensajes mediáticos de manera informada (Galeano, 2023).

Se plantean dos contextos para el desarrollo de las habilidades relacionadas con la comprensión y producción de los mensajes mediáticos. Uno de ellos es el ámbito de la alfabetización mediática, y el otro aborda los entornos cotidianos donde se produce el aprendizaje de manera informal.

El propósito de la alfabetización mediática es empoderar a los ciudadanos, permitiéndoles abordar de manera autónoma las pantallas que, a su vez, poseen un poder considerable. Además, se busca que sean capaces de transmitir mensajes efectivos en conocimiento y que fomenten el aprendizaje (Portugal, 2023).

La velocidad con la que las personas se conectan a internet deja poco tiempo para pensar con calma. En este contexto, la alfabetización mediática se enfrenta a aspectos clave de la actualidad, como los fenómenos que afectan la autonomía personal y la capacidad de tomar decisiones. Esto implica promover la formación de una conciencia crítica frente a los emergentes escenarios mediáticos, alentando una reflexión profunda sobre sus particularidades (Mesquita et al.,2022).

Garro (2020) describe la alfabetización mediática como el desarrollo de destrezas para interpretar y modificar los códigos empleados en el sistema mediático, abarcando no solo los medios de radiodifusión sonora y televisiva, sino también aquellos que utilizan Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y los medios impresos.

La misma autora también manifiesta que la alfabetización mediática e informacional es un concepto en constante discusión que engloba diversos enfoques y prácticas. Estos van desde la capacitación de los usuarios para utilizar las TIC, hasta perspectivas que la consideran un derecho fundamental. Dicho derecho proporciona a la población herramientas para formarse opiniones sobre la realidad mediática y social en la que participan como ciudadanos.

Desarrollar competencias mediáticas implica no solo comprender el funcionamiento de los canales de comunicación, sino también ser capaz de evaluar críticamente la información que se emite a través de estos (Galeano, 2023). En un mundo inundado de mensajes digitales, la alfabetización mediática emerge como una herramienta fundamental para distinguir entre hechos y desinformación, entender los matices de los mensajes subyacentes y participar de manera activa y responsable en la esfera pública.

La Comisión Europea, en el año 2019, definió a la desinformación como datos evidentemente incorrectos o engañosos, fabricados, mostrados y compartidos con el propósito de obtener beneficios económicos o de inducir a una audiencia a errores de manera deliberada. Este fenómeno se ha convertido en un desafío fundamental para las sociedades democráticas actuales (Comisión Europea, 2018).

Con el constante aumento de la exposición a información, las personas se encuentran con una proliferación de mensajes diarios, pero muchos de estos resultan ser falsos, ya sea debido a la difusión involuntaria de información incorrecta o a la propagación deliberada de mensajes engañosos (Sábada y Salaverría, 2023).

De acuerdo con los mismos autores, trabajar en alfabetización mediática implica desarrollar habilidades y competencias necesarias para utilizar eficazmente la tecnología y la información en entornos digitales; esta, es una herramienta para mitigar los efectos negativos de la desinformación. Emerge también una interpretación renovada que sostiene que es responsabilidad de la población capacitarse en el adecuado manejo de los medios, con el fin de poder reconocer información precisa y discernirla de las falsedades.

La alfabetización mediática debe abordar necesariamente aspectos cruciales de esta época, como los fenómenos que impactan en la autonomía individual y en la habilidad para tomar decisiones, alentando el desarrollo de un pensamiento crítico frente a los entornos emergentes que los medios generan e instigando una reflexión profunda sobre sus particularidades (Mesquita et al.,2022).

La UNESCO (2023) resalta los componentes fundamentales de la alfabetización mediática, abarcando: entender el papel y funciones de los medios en sociedades democráticas, conocer las condiciones para que los medios cumplan sus funciones, evaluar críticamente el contenido mediático frente a sus funciones, participar de forma activa en los medios para la autoexpresión y participación democrática, y desarrollar habilidades (incluyendo las TIC) necesarias para crear contenido generado por los usuarios.

A través de la educación mediática se busca capacitar a las personas para interpretar y analizar de manera crítica la información que reciben a través de los medios de comunicación, permitiéndoles discernir entre hechos y desinformación. Además, fomenta el desarrollo de habilidades para participar activamente en la sociedad, promoviendo una ciudadanía informada y comprometida. En consecuencia, la competencia mediática proporciona a las personas la habilidad para interpretar y analizar de manera crítica imágenes y mensajes audiovisuales, además de permitirles expresarse adecuadamente en su entorno con el respaldo de tecnologías emergentes (Ortiz et al., 2019).

Martínez de Toda (1998) presentó seis dimensiones en la educación para los medios:

Tabla 2.

Dimensiones de la educación para los medios

Dimensiones de la educación para los medios
El sujeto alfabetizado mediáticamente
El sujeto consciente
El sujeto activo

Dimensiones de la educación para los medios

El sujeto crítico

El sujeto social

El sujeto creativo

Nota. Martínez de Toda, J. (1998).

A partir de estas perspectivas, surgen distintos enfoques que delinear la evolución de la educación mediática en sus diversos contextos. La alfabetización mediática reconoce la relevancia de la información y los medios de comunicación, que desempeñan un papel central en la libertad de expresión, facultando a los ciudadanos para comprender las funciones de los medios y la información. Asimismo, les capacita para evaluar críticamente los contenidos y tomar decisiones informadas como usuarios y productores de información y contenido mediático.

Por su parte la UNESCO, presenta cinco leyes para de la alfabetización mediática:

Tabla 3.*Las 5 leyes de la alfabetización mediática e informacional (MIL)*

Las 5 leyes de la alfabetización mediática e informacional (MIL)	
Ley 1	Todos los medios son igual de importantes
	La información, la comunicación, las bibliotecas, los medios de comunicación, la tecnología e internet, así como otras formas de transmitir y comunicarse son usadas como formas de comunicación para el compromiso de la sociedad civil y el desarrollo sostenible. Son iguales en importancia y ninguna debe resaltar más que otra.
Ley 2	Todos somos creadores y transmisores de información
	Cada ciudadano es creador de contenido y transmisor de mensajes. Todos deben ser alentados a comunicarse, transmitir sus mensajes y expresarse. Los MIL son un nexo con los derechos humanos, y están dirigidos tanto a hombres como a mujeres.
Ley 3	Precaución con la información no neutral o falsa
	Las informaciones, conocimientos y mensajes, no siempre son neutrales o proceden de fuentes independientes y fiables. Cualquier conceptualización, uso o aplicación de los MIL debe hacerse de una manera fiable y comprensible para todos los ciudadanos.

Las 5 leyes de la alfabetización mediática e informacional (MIL)	
Ley 4	Todos tenemos derecho a la información
	Cada ciudadano quiere saber y comprender las nuevas informaciones, conocimientos y mensajes, así como poder comunicarse, incluso si no es consciente de ello o admite hacerlo. Sus derechos nunca deben verse comprometidos.
Ley 5	La importancia de la alfabetización a lo largo de la vida
	La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de golpe. Es un proceso vivo y una experiencia dinámica, mucho más completa aun cuando incluye conocimientos, habilidades, y aptitudes, así como el acceso, la cobertura, evaluación, asignación, uso, producción, y comunicación del contenido de los medios de comunicación.

Nota: UNESCO (2017).

Todas las personas tienen el derecho de acceder a la información, utilizando diversos medios y canales como bibliotecas, archivos e Internet. En la sociedad actual, tanto individuos como organizaciones desempeñan roles como creadores y transmisores de información. Sin embargo, es esencial destacar que no toda la información compartida es necesariamente neutral o confiable. En este contexto, la alfabetización mediática e informacional se vuelve de suma importancia.

A través de la teoría crítica de Frankfurtiana es posible abordar cuestiones relacionadas con la cultura, la política, la economía y la psicología desde una perspectiva interdisciplinaria (Rubiano, 2023). Las principales inquietudes de esta teoría se centran en el análisis y la comprensión de las dinámicas asimétricas o de poder presentes en las estructuras sociales. (Guevara et al., 2021).

La Escuela de Frankfurt critica la dominación y la explotación, así como la influencia de la cultura de masas y la industria cultural en la conformación de la conciencia social. Además, destaca la importancia de la emancipación humana y la participación activa en la transformación de las condiciones sociales injustas (Lenarduzzi y Juárez, 2023).

Según este paradigma, el deseo de parte de las personas de comprender la realidad puede resultar en una separación del individuo respecto a dicha realidad y los conocimientos inherentes a ella. La tendencia del ser humano a distanciarse de la realidad o de la estructura social que él mismo ha construido conduce a su transformación en un

objeto, perdiendo así su papel como sujeto activo en los acontecimientos. En este proceso, se delega la toma de decisiones a la realidad misma, llegando incluso al punto de convertirse en un mero espectador de su propia existencia (Guevara et al., 2021)

2.3. Competencia Mediática

La palabra competencia se originó en el ámbito empresarial. En sus inicios, estaba vinculada a enfoques conductistas a través de los aprendizajes y, con el tiempo, ha ido adquiriendo una presencia más robusta en el área educativa (Portugal, 2023). La educación mediática se gestó en los años setenta impulsada por el interés de la UNESCO. Esta iniciativa se plantea como un medio para superar el subdesarrollo y fomentar la conciencia crítica entre los ciudadanos (Mateus et al., 2019)

En un mundo saturado de datos, la capacidad de interpretar, evaluar y crear contenido mediático se presenta como una destreza indispensable para la participación efectiva en la sociedad contemporánea. Jenkins (2008) manifiesta que con el fortalecimiento de la cultura digital y de las plataformas sociales, no solo fue esencial ajustar una perspectiva crítica a un renovado entorno de convergencia mediática, sino que también se preserva la urgencia de examinar y entender los contenidos que se reciben, así como también los que se producen y exponen a través de las pantallas, con mayor énfasis en la representación de la realidad por parte de los medios (como se citó en González et al., 2020).

La disponibilidad, en cuanto a las oportunidades de emplear los medios de comunicación para abordar la brecha digital, conlleva adquirir las destrezas técnicas, tecnológicas y cognitivas esenciales para asegurar la utilización eficiente y efectiva de los medios digitales. Esto abarca la capacidad de buscar y recuperar información de manera eficaz para cubrir las necesidades informativas humanas (Kačínová y Chalezquer, 2022).

En el contexto actual, marcado por la rápida evolución de los medios de comunicación y la creciente digitalización de la información, la competencia mediática

emerge como un elemento crítico en la formación integral de los individuos. Para examinarla se identifican seis dimensiones que constituyen su esencia: expresiones lingüísticas, tecnología, dinámicas de interacción, etapas de producción y difusión, ideología y valores, y aspectos estéticos (Almenara, 2021).

En un sentido más amplio, la competencia mediática abarca habilidades que van más allá de la mera comprensión de mensajes; implica la capacidad de analizar cómo se construyen estos, entender sus intenciones y evaluar su impacto en la sociedad. Además, se extiende a la producción de contenidos mediáticos, fomentando la participación activa y creativa en la creación y difusión de información (Viera-da-Rocha-Ribeiro, 2019).

Uno de los desafíos actuales en su ámbito es la gestión de la desinformación y las noticias falsas. La capacidad de discernir entre información confiable y engañosa se ha vuelto crucial en un mundo donde la sobreabundancia de información puede generar confusión y manipulación. La competencia mediática busca dotar a los individuos de las herramientas necesarias para enfrentar este desafío (Kačínová y Sábada, 2022).

En el contexto educativo, la integración de esta en los planes de estudio se presenta como una necesidad imperativa. Los educadores desempeñan un papel esencial al guiar a los estudiantes en el desarrollo de habilidades críticas para analizar y participar en entornos mediáticos complejos. Su promoción en el ámbito educativo contribuye no solo a la formación de ciudadanos informados, sino también a la construcción de sociedades más resilientes ante la manipulación mediática (González et al, 2019).

Para Ferrés y Piscitelli (2012) la competencia mediática facilita la interacción crítica con mensajes generados por otros, siendo capaz de crear y difundir mensajes propios. Esta concepción exige ciertas habilidades que, de acuerdo con los autores, representarían capacidades relacionadas con la producción de mensajes y la interacción con contenido expuesto por otros. Los investigadores presentan dimensiones e indicadores considerados por ellos como “genéricos y flexibles” con la finalidad de ser adaptados a cada situación educativa (como se citó en Mateus et al., 2019)

Tabla 4.

Síntesis de indicadores de la competencia mediática

Dimensión	Definición operacional	Ámbitos	
		De análisis	De expresión
Lenguaje	Conocimiento de los códigos, capacidad para utilizarlos y para analizar mensajes escritos y audiovisuales desde la perspectiva del sentido y el significado, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros.	<p>Interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.</p> <p>Analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.</p> <p>Comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.</p> <p>Establecer relaciones entre textos-intertextualidad, códigos y medios, elaborando conocimientos abiertos, sistematizados e interrelacionados.</p>	<p>Expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.</p> <p>Elegir entre distintos sistemas de representación y distintos estilos en función de la situación comunicativa, del tipo de contenido que hay que transmitir y del tipo de interlocutor.</p> <p>Modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.</p>
Tecnología	Conocimiento y capacidad de utilización de las herramientas que hacen posible la comunicación escrita y audiovisual para entender cómo se elaboran los mensajes. Comprensión del papel que desempeñan las TIC en la sociedad.	<p>Comprender papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.</p> <p>Interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.</p> <p>Manejar de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.</p> <p>Desenvolverse con eficacia en entornos</p>	<p>Manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.</p> <p>Adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen.</p> <p>Elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.</p>

Dimensión	Definición operacional	Ámbitos	
		De análisis	De expresión
		hipermediales, transmediáticos y multimodales	
Procesos de interacción	Capacidad de valorar, seleccionar, revisar y autoevaluar la propia dieta mediática. Capacidad de valorar críticamente los elementos cognitivos, racionales, emocionales y contextuales que intervienen en el intercambio de mensajes.	<p>Selección, revisar y autoevaluar la dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.</p> <p>Dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individual o colectivamente: qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc.</p> <p>Valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.</p> <p>Discernir y gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.</p> <p>Conocer la importancia del contexto en los procesos de interacción.</p> <p>Conocer el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.</p> <p>Apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un periodo de medios transfrontera.</p> <p>Gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el apre</p>	<p>Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.</p> <p>Llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.</p> <p>Interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.</p> <p>Conocer las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.</p>

Dimensión	Definición operacional	Ámbitos	
		De análisis	De expresión
Procesos de producción y difusión	<p>Conocimiento de las funciones y tareas de los agentes de producción, las fases de los procesos de producción y difusión y los códigos de regulación.</p> <p>Capacidad para elaborar, seleccionar, compartir y disseminar mensajes mediáticos.</p>	<p>Conocer de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas, y, en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.</p> <p>Conocer los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.</p> <p>Conocer los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión.</p> <p>Conocer de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>Conocer de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo.</p> <p>Trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales.</p> <p>Seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados.</p> <p>Compartir y disseminar información, a través de los medios tradicionales y de las redes sociales, incrementando la visibilidad de los mensajes, en interacción con comunidades cada vez más amplias.</p> <p>Manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.</p> <p>Gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los "creative commons".</p> <p>Generar redes de colaboración y de retroalimentarlas, y actitud comprometida ante ella</p>

Dimensión	Definición operacional	Ámbitos	
		De análisis	De expresión
Ideología	Capacidad de lectura comprensiva y crítica, de análisis crítico y actitud de selección de los mensajes mediáticos, en cuanto representaciones de la realidad.	<p>Descubrir la manera de cómo las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.</p> <p>Evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.</p> <p>Buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.</p> <p>Detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.</p> <p>Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.</p> <p>Analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.</p> <p>Analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que ejercen los medios.</p> <p>Reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para</p>	<p>Aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.</p> <p>Elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas.</p> <p>Aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.</p>

Dimensión	Definición operacional	Ámbitos	
		De análisis	De expresión
		<p>concernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias. Gestionar las propias emociones en la interacción con las pantallas, en función de la ideología y de los valores que se transmiten en ellas.</p>	
Estética	<p>Capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista de la innovación formal y temática y la educación del sentido estético.</p>	<p>Extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera de cómo se comunica. Reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética. Relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas. Identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.</p>	<p>Producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad. Apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.</p>

Nota: Adaptado de Ferrés y Piscitelli (2012) y presentado por Mateus, Hernández y Figueras, 2019

En el fenómeno de la comunicación mediática, elementos como el lenguaje, la tecnología, la ideología y la estética están interconectados. Sin embargo, algunas aproximaciones educativas en entornos escolares o universitarios tienden a polarizarse excesivamente en la dimensión tecnológica, dejando de lado los aspectos fundamentales de los lenguajes. Algunas se centran únicamente en enseñar a los estudiantes a replicar de manera acrítica las rutinas productivas de los medios convencionales, descuidando la dimensión de los lenguajes. Otras, aunque abordan la dimensión de los lenguajes, pueden marginar la de la ideología y los valores, o viceversa. La propuesta destaca seis dimensiones diferenciadas para evitar enfoques reduccionistas (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Los medios o tecnologías de la información y comunicación se erigen principalmente como los dispositivos a través de los cuales el conocimiento humano puede ser creado, intercambiado, compartido y difundido ampliamente entre todas las personas del mundo (Paramio, 2015), por lo tanto, el adquirir competencias mediáticas no sólo implica la capacidad de consumir información de manera crítica, discerniendo entre fuentes confiables y desinformación, sino también de producir contenido de manera responsable.

En un mundo interconectado y saturado de medios, poseer competencias mediáticas no sólo promueve el entendimiento de la realidad, sino que también empodera a los individuos para participar activamente en los discursos públicos, contribuyendo así al desarrollo de ciudadanos informados, reflexivos y participativos (Toro, 2018).

El uso diario de los medios no asegura la adquisición de competencias, por lo que se hace necesario recibir una formación crítica en alfabetización audiovisual y mediática. Estas habilidades son esenciales, no solo en un ámbito profesional, sino como destrezas mínimas que permitan interpretar de manera informada la avalancha constante de imágenes, contenidos y aplicaciones de comunicación que forman parte integral del entorno cotidiano.

3. METODOLOGÍA

La metodología de investigación proporciona una estructura sistemática para abordar el problema de investigación, delineando la teoría sobre cómo llevar a cabo una investigación de manera efectiva. Más allá de la capacidad de manejar datos estadísticos y aplicar técnicas de investigación, los investigadores necesitan discernir cuándo y cómo utilizar estos métodos de manera relevante en diversas circunstancias (Montañez y Moreno, 2021).

3.1. Enfoque y tipo de investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo dado que es necesario obtener información existente a través de instrumentos que puedan profundizar en las percepciones de la población de estudio y además considerar datos específicos y cuantificables que sustenten de forma precisa el nivel de conocimiento de los profesores, para acceder y comprender mensajes en diversos nuevos medios de comunicación.

De acuerdo con Sampieri et al. (2003) el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Emplea la recopilación de datos para verificar hipótesis a través de la medición numérica y el análisis estadístico, con el objetivo de establecer patrones de comportamiento y validar teorías.

El tipo de investigación es no experimental son las variables independientes ocurren sin posibilidad de manipulación ni control directo sobre ellas, ya que han sucedido junto con sus efectos, sin posibilidad de influencia posterior (Sampieri et al.,2003).

3.2. Unidades de análisis

Las unidades de análisis se definen por el investigador como el foco de observación y medición, estableciendo límites con respecto a otros elementos de naturaleza similar. Puede abarcar algunas variables. En todo estudio, el objeto o unidad de análisis, es la entidad principal sobre el que se explicarán los diferentes hallazgos (Rodríguez, Oré y Vargas, 2021).

La población a investigar son los docentes de la Unidad Educativa Alfredo Baquerizo Moreno de la parroquia San José de Alluriquín del cantón Santo Domingo provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. De ella se obtendrá una muestra con un muestreo no probabilístico por conveniencia.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

En el marco del desarrollo de los instrumentos de investigación cabe la posibilidad de generarlos de manera original o adaptarlos de acuerdo con la necesidad del investigador. Según Arribas (2006) la adaptación de un instrumento hace referencia a la modificación y ajuste de una herramienta elaborada por otro autor, para la recolección de datos. Esta modificación se estipulará de manera más precisa a las necesidades y características específicas de un nuevo grupo o contexto de estudio. Este proceso implica asegurar que el instrumento mantenga su validez y confiabilidad, a pesar de los cambios realizados.

En esta investigación se ha considerado el instrumento de Arenas-Fernández (2022) presentado en su tesis doctoral denominada “Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos”. El instrumento consistió en un cuestionario a través del cual se determinaron los niveles de competencia mediática de la población desde el enfoque cuantitativo. La investigadora empleó un muestreo por conveniencia con estudiantes de educación básica, media y superior y profesores de educación superior de tipo no probabilístico y no aleatorio.

La estructura del cuestionario consistió en las seis dimensiones y los dos ámbitos de la competencia mediática de Ferrés y Piscitelli (2012), mismas que se detallan a continuación: 1) Tecnológica, 2) Procesos de producción y difusión, 3) Ideología y valores, 4) Lenguaje, 5) Procesos de interacción y 6) Procesos de producción y difusión. Respecto a los ámbitos el cuestionario consideró: 1) Análisis: de qué forma reciben los mensajes las personas e interactúan con ellos 2) Expresión: cómo las personas producen los mensajes.

De acuerdo con el autor, en el caso de los estudiantes de educación básica el cuestionario contuvo veintitrés (23) ítems, de los cuales cinco (5) recogieron datos generales y dieciocho (18) fueron preguntas que desarrollan el tema del estudio.

En este estudio, se emplean técnicas de investigación como la encuesta la cual tendrá un instrumento que es cuestionario y la entrevista con un instrumento de preguntas. Estos métodos se basan en instrumentos adaptados del trabajo original de Arribas (2006), los cuales han sido ajustados de manera adecuada para conformar un formulario de preguntas y un banco específico de cuestionamientos. Estos recursos se diseñaron considerando parámetros específicos a explorar en el proceso de investigación.

La encuesta se aplicará a los profesores con el fin de indagar acerca del nivel de conocimiento que tienen respecto al acceso y comprensión de los mensajes en diversos nuevos medios de comunicación. Mientras que la entrevista, misma que se centra en que el entrevistado, será aplicada con la finalidad de analizar a profundidad aspectos clave como fortalezas y debilidades en la comprensión de los mensajes en diversos nuevos medios de comunicación.

3.4. Técnicas de análisis de datos

La fase de análisis se llevará a cabo utilizando el software Microsoft Excel, permitiendo una interpretación eficiente y precisa de los datos recopilados. Este enfoque garantiza la rigurosidad y la objetividad en la interpretación de los resultados, proporcionando una base sólida para las conclusiones finales

4. RESULTADOS

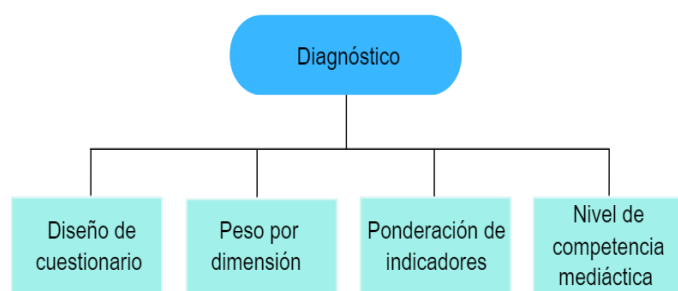
Partiendo de la problemática que aborda esta investigación, a continuación, se presentan los resultados que atienden aquellas necesidades con respecto a la competencia mediática en las profesoras y profesores de la Unidad Educativa Alfredo Baquerizo Moreno de la parroquia rural San José de Alluriquín.

4.1. Identificación del nivel de competencias mediáticas de docentes

Para abordar el primer resultado se trabaja con la propuesta planteada por Arenas (2022), el cual menciona que para identificar el nivel de competencia se debe seguir el siguiente *framework*:

Figura 1.

Mapa de procesos de resultados



4.1.1. Diseño del cuestionario

El cuestionario ([URL](#)) propuesto por el autor y adaptado para esta investigación, se configura como el *pre test*, el cual contiene un total de 34 preguntas: 5 destinadas a recopilar datos sociodemográficos y 29 enfocadas en diagnosticar las seis dimensiones.

4.1.2. Peso por dimensión

Para determinar el nivel general de competencia, es necesario establecer el peso de cada dimensión, puesto que el docente debe tener una visión amplia de lo que integra la adquisición de la competencia mediática. Por lo cual, se asumirá que las seis dimensiones tendrán un peso de 16,666. En esta investigación, el peso de cada dimensión se

determinará por los 55 indicadores de análisis y expresión (anexo4) los cuales son planteados por Ferres y Piscitelli (2012). Con los indicadores antes mencionados, el peso de cada indicador será de 1,818. Posterior, se multiplica el peso del indicador por el número de indicadores de cada dimensión para después dividir el resultado por 100, tal como se visualiza en la tabla 5.

Tabla 5.

Peso de cada dimensión de la competencia

Dimensión	N.º Indicadores	Peso por indicador	Peso por dimensión	Valor de Ponderación
Tecnología	7	1,818	12,73	0,13
Lenguaje	7	1,818	12,73	0,13
Ideología y valores	12	1,818	21,82	0,11
Procesos de interacción	12	1,818	21,82	0,20
Procesos de producción y difusión	11	1,818	20,00	0,22
Estética	6	1,818	10,91	0,22

Nota. Esta tabla proporciona un contexto claro sobre cómo se calculan los pesos.

4.1.3. Ponderación de indicadores por ámbito y expresión

Una vez definido el peso por dimensión se determina la ponderación de cada dimensión de la competencia mediática. El proceso es calcular el peso ponderado de los dos ámbitos de la competencia (análisis y expresión) en función del número de indicadores asociados a cada uno, puesto que el Análisis se refiere a los individuos que reciben e interactúan con mensajes, mientras que Expresión se refiere a los individuos que generan mensajes.

En total, hay 33 indicadores relacionados con el ámbito de análisis y 22 con el ámbito de expresión, segregados de los 55, como se visualiza en la tabla 6.

Tabla 6.*Ponderación de Indicadores por ámbito y expresión*

Dimensiones de la competencia	Indicadores		Total, de indicadores	Peso por	
	Análisis	Expresión		Análisis	Expresión
Lenguaje	4	3	7	7,27	5,45
Tecnología	4	3	7	7,27	5,45
Estética	4	2	6	7,27	3,64
Procesos					
Producción y Difusión	4	7	11	7,27	12,73
Procesos Interacción	8	4	12	14,55	7,27
Ideología y valores	9	3	12	16,36	5,45
Total	33	22	55	60,00	40,00

Nota. La tabla detalla la ponderación de indicadores según ámbito y expresión en varias dimensiones de competencia.

4.1.4. Nivel de competencia mediática

Una vez definido el instrumento y obtenido el peso y la ponderación, el siguiente paso fue aplicar el *pre test* a los profesores (17) de la Unidad Educativa Alfredo Baquerizo Moreno de la parroquia rural Alluriquín del cantón Santo Domingo, durante la primera semana de marzo de 2024.

Los resultados del *pre test* se someten a un protocolo para obtener la calificación general de la competencia mediática de los profesores, por lo cual se realiza en el siguiente procedimiento:

El resultado de la calificación promedio ponderado por dimensión, multiplica la calificación por dimensión por el valor de ponderación: $(C.P.D. = C.D * V.P.)$

Para obtener la calificación total de la competencia mediática se tiene que sumar toda la columna de calificación por promedio ponderado por dimensión:

$$(C.C.M.=C.P.D.1+C.P. D2+C.P. D3+C.P. D4+C.P. D4+C.P. D5+C.P. D+6= 2.04)$$

El nivel de la competencia mediática, se establecen tres escalas que corresponden a un rango de calificación de 0 a 3.

Tabla 7.*Calificación promedio ponderado*

Dimensión	Peso dimensión	Valor ponderado	Calificación por dimensión	Calificación promedio ponderada por dimensión	Nivel de Competencia
Lenguaje	12,73	0,13	2,14	0,27	MEDIO
Tecnología	12,73	0,13	2,08	0,27	MEDIO
Estética	10,91	0,11	1,32	0,14	BAJO
Procesos					
Producción y Difusión	20,00	0,20	2,45	0,49	AVANZADO
Procesos Interacción.	21,82	0,22	1,53	0,33	MEDIO
Ideología y valores	21,82	0,22	2,46	0,54	AVANZADO
Calificación de la competencia mediática				2,04	MEDIO

Nota. La tabla muestra el nivel de competencia mediática de cada dimensión.

Una vez aplicado el instrumento en función al *framework* propuesto por el autor, los resultados de las preguntas del (anexo1) sobre la competencia mediática de las profesoras y profesores muestran un nivel medio de competencia mediático. Al analizar cada una de las dimensiones, se observa que Ideología y valores alcanza el promedio más alto, con 2.46, mientras que el nivel más bajo corresponde a la dimensión de Estética, con 1.32 según el rango de calificación establecido (anexo4).

Con respecto a la dimensión de Estética implica la habilidad para examinar y evaluar los mensajes desde una perspectiva artística, además de establecer conexiones entre estos mensajes y otras formas de expresión. El estudio indica que existe debilidad en la dimensión Estética, misma que podría deberse a circunstancias como, impartir clases de manera monótona, baja interactividad y una carencia en la formación continua. Además, esta dimensión puede no estar completamente integrada en las actividades escolares. Otro factor a considerar es la infraestructura de la institución, puesto que no cuentan con equipamiento adecuado. El estudio menciona que desde la auto percepción del docente, un 41% considera que siempre identifica cuando un producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético o artístico; y un 71% cree que priorizan aspectos

estéticos y artísticos al diseñar un mensaje o contenido mediático.

Por su parte, la dimensión de Ideología y valores, que se destaca en el nivel avanzado de competencias mediáticas del profesorado, juega un papel fundamental en la comprensión de la realidad social al permitir una lectura comprensiva y un análisis crítico de los mensajes, ayudando a descifrar los contenidos de manera profunda y a entender cómo estos reflejan los intereses, contradicciones y valores de la sociedad. Según los datos obtenidos, se puede deducir que el profesorado tiene una comprensión sólida de cómo los medios pueden influir en esta dimensión.

El estudio indica que el 47% de los encuestados reconoce siempre la creación de un producto mediático, el 35% lo hacen habitualmente y el 18% lo realiza en ocasiones. Así mismo el 94% de los docentes siempre tiene en cuenta valores como la transparencia, honestidad e integridad al comunicar un mensaje, mientras que el 6% lo hace habitualmente.

Es importante hacer énfasis que los resultados obtenidos reflejan la percepción propia de cada docente, la cual podría ser basada desde su experiencia y conocimiento, lo cual no podría representar una realidad.

4.2. Plan de formación de las profesoras y profesores de la zona rural de Santo Domingo

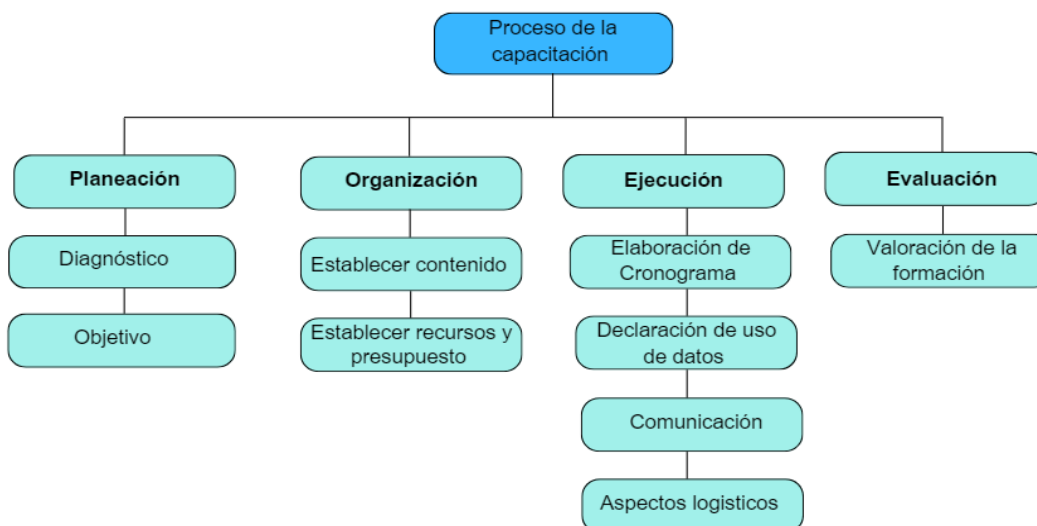
Una vez identificado el nivel de competencia de los docentes, se plantea diseñar un plan de formación que aborde las debilidades encontradas. Es importante destacar que se ha gestionado la ejecución de la formación, sin embargo, por aspectos institucionales no se ha logrado el objetivo. Con el fin de valorar esta propuesta, la investigadora principal del estudio se ha sumado a la investigación que se realiza de manera paralela en la Unidad Educativa El Esfuerzo, dónde ha podido abordar la dimensión Procesos de producción y difusión. Esta investigación hace parte de una macro investigación que analiza las competencias mediáticas en las parroquias rurales de la provincia de Santo Domingo de los

Tsáchilas.

Este planteamiento se basa en Grados (2009), quien propone que el *framework* para la formación debe seguir los siguientes pasos:

Figura 2.

Proceso para la ejecución de la capacitación



Nota: Se detallan las fases que se deben seguir para el desarrollo del plan de formación.

4.2.1. Primera fase: Planeación

La planeación de la capacitación incluye identificar necesidades, objetivos y el diseño de programas, lo cual permite diseñar el marco de la formación, la metodología, características y necesidades de los participantes, lo que aumenta la efectividad del aprendizaje.

4.2.1.1. Diagnóstico de la necesidad de la capacitación

Esta etapa se complementa con la identificación del nivel de competencia descrito en el primer resultado, donde se define que los profesores tienen una nota de 2,4/3, que, según la escala, es nivel medio. De estos datos se evidencia que la dimensión de Ideología y valores es la que tiene mayor fortaleza, mientras que la dimensión de Estética es la que tiene el rango más bajo, como indica en la [tabla 7](#).

4.2.1.2. Objetivo del diagnóstico

Colaborar en el mejoramiento del nivel de competencias mediáticas del profesorado rural de la parroquia San José de Alluriquín.

4.2.2. Segunda Fase: Organización

En esta etapa se presenta todo el contenido que se llevara a cabo durante los días de capacitación incluyendo a los participantes (docentes), materiales necesarios, el equipo técnico y de trabajo.

4.2.2.1. Contenidos (Syllabus)

El contenido planteado se desarrolló basándose en los datos recopilados de las encuestas realizadas en relación con las seis dimensiones.

Tabla 8.

Syllabus

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Conocimiento de las funciones y tareas de los agentes de producción, las fases de los procesos de producción y difusión y los códigos de regulación.	1 - 2	1. Dimensión Proceso de producción y difusión 1.1. Lenguaje multimedia 1.2. Lenguaje audiovisual 1.3. Lenguaje visual	16	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un mural digital en Paldlet: En función al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), Educación de calidad https://acortar.link/ViJLr • Creación de una infografía: Sobre la Empatía. Material de apoyo: https://acortar.link/TpwBnJ • Realizar un video interactivo: En función al (ODS)El fin de la pobre en todas sus formas en todo el mundo. https://acortar.link/ST8Nic 	4

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista de la innovación formal y temática y la educación del sentido estético.	3 - 4 - 5	2. Dimensión de Estética. 2.1. Estrategias para reconocer una producción mediática. 2.2. La transmedia 2.3. Relacionar de los productos mediáticos en el ámbito artísticos.	24	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un afiche creativo en canva: Agua limpia y saneamiento (OSD) https://acortar.link/qokZaq • Leer y realizar una lluvia de ideas del artículo: Dimensión estética en la enseñanza de la filosofía. https://acortar.link/OAf2Aq • Crear un producto mediático y subir a la red social <i>Twitter</i>: Paz, justicia e instituciones solididad (OSD). https://acortar.link/4U6wf 	4

<i>Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Semana</i>	<i>Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)</i>	<i>T. Horas</i>	<i>Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente</i>	<i>Horas</i>	<i>Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo</i>	<i>Horas</i>
Capacidad de valorar críticamente los elementos cognitivos, racionales, emocionales y contextuales que intervienen en el intercambio de mensajes.	6 - 7	3. Dimensión de Proceso de Interacción 3.1. La importancia de un proceso de interacción 3.2. Semiótica 3.3. Los efectos cognitivos de las emociones en producción	16	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual: <ul style="list-style-type: none"> • Analizar un estudio de caso sobre la comunicación asertiva. https://acortar.link/RbuVtE • Visualizar la película El contratiempo. URL: https://acortar.link/g8vsl0 De la película identificaron los signos de la semiótica. • Realizar un organizador grafico: Reducir la desigualdad en y entre los países (ODS). https://acortar.link/mLl5a 	4

<i>Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Semana</i>	<i>Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)</i>	<i>T. Horas</i>	<i>Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente</i>	<i>Horas</i>	<i>Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo</i>	<i>Horas</i>
Capacidad para comprender cómo las representaciones mediáticas moldean nuestra percepción de la realidad, frecuentemente a través de mensajes sutiles.	8	4. Dimensión Ideología y valores 4.1. Sesgos y estereotipos en medios 4.2. Ética y la responsabilidad en el uso de medios. 4.3. Cultura digital	16	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	Actividades a desarrollar de forma autónoma en el transcurso de la semana en grupo o forma individual: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un informe sobre La igualdad de género y empoderamiento de las mujeres y niñas (ODS). https://acortar.link/gedrth • Elaborar una infografía del artículo: Hacia un uso responsable del internet y medios de comunicación UR: https://acortar.link/1zftk3 • Elaborar un podcast: Industria, innovación e infraestructura (ODS) https://acortar.link/2EcbK5 	4

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Comprender los conceptos esenciales relativos a los procesos de producción, las metodologías de programación y los sistemas de distribución.	10 - 11	5. Dimensión Lenguaje 5.1. Escritura creativa 5.2. Curación de Contenidos.	16	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	<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"> • Realizar un análisis crítico: Fin de la pobreza (ODS). https://acortar.link/ST8Nic • Crear una infografía: La vida submarina. https://acortar.link/CissEI • Elaborar un video de un 1 minuto. La energía asequible y no contaminante (ODS) https://acortar.link/cQNJr 	4
Diseñar actividades educativas interactivas que utilicen diversas plataformas digitales.	12 - 13	6. Dimensión tecnológica 6.1.AMI. 6.2. Educomunicación 6.3. Inteligencia Artificial	16	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación del tema • Clase Magistral • Conformación de grupos 	4	<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"> • Realizar un análisis de contenido de las diferentes IA Documento de apoyo. https://acortar.link/UNIUGQ • Elaborar un mural digital en Paldlet:El trabajo decente y crecimiento económico. https://acortar.link/KRQoLI 	4
Finalización	14	Clausura del curso de formación a los docentes	2	Dirección de Vinculación PUCESD	2		

<i>Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Semana</i>	<i>Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)</i>	<i>T. Horas</i>	<i>Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente</i>	<i>Horas</i>	<i>Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo</i>	<i>Horas</i>
TOTAL, DE HORAS POR COMPENENTE			106		54h		52h

4.2.2.2. Recursos y presupuesto

Se establece los recursos de materiales y humanos necesarios para lograr una utilización eficiente y maximizar el impacto de la capacitación. Por su parte, el presupuesto ayuda a mantener los costos bajo control, evitando gastos incensarios y asegurándose que la capacitación se realice con el financiamiento establecido, como se visualiza a continuación.

Tabla 9.

Presupuesto de la capacitación

Detalle	Cantidad	Costo U.	Total
Recursos materiales	1 kit	\$115,00	\$115,00
- Útiles de oficina			
- Logística (movilidad)			
- Certificados (24u).			
Recursos para alimentación	336unid.	\$1,00	\$336,00
- Refrigerios (24*14semanas)			
Recursos tecnológicos	1 kit	\$22,00	\$22,00
- Proyector			
- Laptop			
- Internet			
Recursos humanos	52h	\$12,00	\$624,00
- Capacitador tipo 1 (\$12*8horas)			
- Capacitador tipo 2 (\$12*12horas)			
Total			\$1.097,00

Nota. - Recursos tecnológico en función a su depreciación anual 33,33%

4.2.3. Tercera Fase: Ejecución

La ejecución se llevará a cabo mediante las actividades y recursos planteados para lograr los objetivos de aprendizaje propuesto.

Si bien, se ha destacado que no se ha podido llevar a cabo el plan de formación en la parroquia de San José de Alluriquín, se propuso realizar un plan piloto en la parroquia El Esfuerzo en conjunto a las investigadoras la zona antes mencionada.

4.2.3.1. Cronograma

En la siguiente tabla se presenta las actividades que se realizarán a lo largo de la capacitación, esto incluye el apoyo de expertos al proyecto, en cada dimensión. También se

implantaré todos los contenidos que se impartirán en la formación y el tiempo de duración.

Tabla 10

Cronograma del curso

Semana	Inicio	Fin	Actividad	Tema	Responsable
1-2	9:00	9:15	Bienvenida. Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Procesos de producción y difusión. Subtemas: • Lenguaje multimedia. • Lenguaje audiovisual. • Lenguaje visual.	Investigadora principal + Experto 1
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres.		
	12:20	13:00	Conclusiones.		
3-4-5	9:00	9:15	Bienvenida. Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Estética Subtemas: • Estrategias para reconocer una producción mediática. • La transmedia • Relacionar de los productos mediáticos en el ámbito artísticos.	Investigadora principal + Experto 2
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres.		
	12:20	13:00	Conclusiones.		
6-7	9:00	9:15	Bienvenida Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Procesos de interacción. Subtemas: • La importancia de un proceso de interacción. • Semiótica. • Los efectos cognitivos de las emociones en producción.	Investigadora principal + Experto 3
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres.		
	12:20	13:00	Conclusiones		

Semana	Inicio	Fin	Actividad	Tema	Responsable
8-9	9:00	9:15	Bienvenida. Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Ideología y valores Subtemas: • Sesgos y estereotipos en medios. • Ética y la responsabilidad en el uso de medios. • Cultura digital.	Investigadora principal + Experto 4
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres.		
	12:20	13:00	Conclusiones.		
10-11	9:00	9:15	Bienvenida. Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Lenguaje Subtemas: • Escritura creativa. • Curación de contenidos.	Investigadora principal + Experto 5
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres.		
	12:20	13:00	Conclusiones.		
12-13	9:00	9:15	Bienvenida Control de asistencia <i>Feedback.</i>	Dimensión: Tecnológica Subtemas: • AMI. • Educomunicación. • IA.	Investigadora principal + Experto 6
	9:15	10:30	Clase magistral.		
	10:30	11:00	Receso.		
	11:00	12:00	Taller grupal.		
	12:00	12:20	Socialización de los talleres		
	12:20	13:00	Conclusiones.		

4.2.3.2. Declaración de uso de datos

Se realizará un formulario en la cual se solicita la declaración de consentimiento y uso de datos, lo cual permite hacer una comparación con los resultados de otras parroquias de Santo Domingo. Según lo que menciona la Constitución de la Republica de Ecuador

(2008), menciona en el artículo 66 reconoce y garantiza a las personas, entre otros derechos: "(...) 19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley (...)".

Por otro lado, el artículo 92 de la Constitución ecuatoriana establece que, en cuanto a los datos sensibles, su archivo debe estar autorizado por la ley o por el titular de los datos, y se deben adoptar las medidas de seguridad necesarias. Si la solicitud no es atendida, el afectado puede acudir a un juez y demandar por los perjuicios ocasionados.

Según la Ley de Protección de datos (2021) su artículo. 8 consentimiento. - Se podrán tratar y comunicar datos personales cuando se cuente con la manifestación de la voluntad del titular para hacerlo.

4.2.3.3. Comunicación

El anuncio de las capacitaciones será realizado por el Rector, como máxima autoridad de la Unidad Educativa, quien se encargará de recibir y proporcionar a la investigadora toda la información necesaria.

Así mismo se deberá articular el plan de formación con la institución que respalda la misma. En el caso de que sea la PUCESD; se trabajará en conjunto con la Dirección Académica y el departamento de Comunicación, siendo este último quien publicará en las redes sociales ([anexo5](#)). Además, si el proyecto se realice con apoyo del el Ministerio de Educación se solicitará la convalidación de los certificados para los docentes.

4.2.4. Cuarta Fase: Evaluación

La evaluación de la capacitación es el proceso sistemático que permite medir y analizar el impacto del desempeño de los participantes.

4.2.4.1. Valoración de la formación

Al final de la formación se realizará la valoración por medio de un test el cual permitirá conocer la perceptiva de los profesores, en aspectos como el estilo instrumental, instalaciones, servicios, coordinación y recursos pedagógicos de los temas tratados. También la claridad de la información, la utilidad de las herramientas proporcionadas. Los resultados obtenidos permitirán identificar si la capacitación se desarrolló de manera efectiva y alineada a las necesidades del profesorado.

4.3. Evaluación del programa de capacitaciones

El tercer resultado consiste en la evaluación del plan de la formación, el cual se llevará a cabo por un *post test* (anexo7) y está relacionado al *pre test* con la finalidad de verificar cual es el nivel de competencia mediática al finalizar la capacitación.

Como se mencionó en una primera instancia se ejecutó un plan piloto con el objetivo de recopilar datos que permitan evaluar el impacto de la formación en competencia mediática en las profesoras y profesores de la Unidad Educativa 'El Esfuerzo'.

5. DISCUSIÓN

El análisis de los resultados obtenidos en este estudio tiene un profundo significado en relación con los objetivos planteados inicialmente.

El primer resultado significativo muestra que, en términos generales, los profesores en estudio, poseen un nivel medio de competencia mediática. Este hallazgo es consistente con estudios previos, como los de Almenara (2021), que subrayan la necesidad de un desarrollo más profundo en la alfabetización mediática, especialmente en contextos rurales donde el acceso a recursos formativos puede ser limitado.

Por otro lado, la dimensión de Ideología y Valores, con un promedio de 2.46, es la más destacada los profesores, lo que supone una fuerte capacidad para el análisis crítico y la comprensión profunda de los mensajes mediáticos, alineándose con los estudios de Ferrés y Piscitelli (2012) y González et al. (2019), quienes enfatizan la importancia de esta dimensión en la formación integral de individuos capaces de interpretar la realidad social y los valores que subyacen en los mensajes mediáticos.

Además, la dimensión de Estética, con un promedio de 1.32, se presenta como la menos desarrollada. La baja puntuación en esta dimensión puede ser atribuida a varios factores, como la falta de infraestructura adecuada, la posible monotonía en las clases y la ausencia de formación específica para los docentes en esta área. Estos resultados están en consonancia con las observaciones de Viera-da-Rocha-Ribeiro (2019), quien destaca la necesidad de incorporar aspectos estéticos en la educación mediática para fomentar una comprensión más holística de los mensajes.

La revisión de la literatura proporciona un marco teórico robusto para interpretar estos hallazgos. Según Ferrés y Piscitelli (2012), la competencia mediática debe ser comprendida como una habilidad multifacética que incluye no solo la comprensión de mensajes, sino también la capacidad de producir y analizar contenidos desde diversas perspectivas, incluyendo la estética. La baja puntuación en la dimensión estética sugiere

que los docentes podrían beneficiarse de programas de capacitación específicos que aborden esta carencia, tal como proponen Mateus et al. (2019).

La fortaleza observada en la dimensión de Ideología y Valores podría ser aprovechada para desarrollar estrategias pedagógicas que integren estas habilidades críticas en el análisis de mensajes mediáticos. Kačínová y Chalezquer (2022) enfatizan la importancia de estas habilidades para asegurar una utilización eficiente y crítica de los medios digitales, lo cual es fundamental en la era de la información y la digitalización.

La comparación con otros estudios revela similitudes y diferencias que enriquecen la discusión. Almenara (2021) y González et al. (2019) coinciden en que la competencia mediática es esencial para la formación de ciudadanos críticos y reflexivos. Sin embargo, mientras que estos estudios se centran en contextos urbanos o semiurbanos, este estudio específico, en un contexto rural resalta las particularidades y desafíos únicos que enfrentan los docentes en estas áreas. La menor exposición a recursos tecnológicos y formativos podría explicar las diferencias en los niveles de competencia mediática observados.

Los resultados obtenidos tienen implicaciones directas para la práctica educativa en la parroquia rural San José de Alluriquín. Es esencial diseñar programas de formación continua que no solo aborden las competencias mediáticas desde una perspectiva técnica, sino que también incorporen elementos estéticos y críticos en la enseñanza. La integración de tecnología y recursos didácticos que faciliten el análisis estético podría mejorar significativamente esta dimensión.

Además, el fuerte desarrollo en la dimensión de Ideología y Valores puede ser utilizado como base para fomentar una educación mediática más integral, que no solo se centre en la comprensión de mensajes, sino también en la producción de contenidos mediáticos críticos y creativos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Los resultados indican que los profesores de la parroquia rural San José de Alluriquín poseen un nivel medio de competencia mediática. Esto revela una capacidad moderada para acceder y comprender mensajes en nuevos medios de comunicación, lo que implica una base sólida, pero con áreas significativas de mejora, especialmente en la dimensión estética.

La dimensión de Ideología y Valores muestra una fortaleza notable entre los profesores, reflejando una alta capacidad para el análisis crítico y comprensivo de los mensajes mediáticos. Esta habilidad permite a los docentes interpretar y transmitir los mensajes de manera que promuevan la comprensión de valores y la realidad social, alineándose con los objetivos de formación integral.

La dimensión estética, la menos desarrollada entre los docentes, señala una necesidad urgente de mejorar la capacidad para evaluar y crear mensajes mediáticos desde una perspectiva estética. Esta deficiencia puede estar relacionada con la falta de recursos, formación específica y metodologías pedagógicas que integren aspectos estéticos en el proceso de enseñanza.

6.2. Recomendaciones

Es esencial integrar de manera transversal las competencias mediáticas en el currículo educativo. Esto implica diseñar actividades y proyectos que fomenten el análisis crítico, la producción creativa y la valoración estética de los mensajes mediáticos. La integración de estas competencias en diversas áreas del conocimiento no solo fortalecerá la formación mediática de los estudiantes, sino que también contribuirá a la formación de ciudadanos críticos y creativos.

Para superar las deficiencias en la dimensión estética, es fundamental mejorar la infraestructura escolar proporcionando equipos y recursos tecnológicos adecuados. Esto

incluye acceso a herramientas digitales y audiovisuales que permitan a los docentes y estudiantes explorar, desarrollar habilidades estéticas y la implementación de un plan de formación el cual es fundamental para mejorar el nivel de competencia.

Desde la academia, es fundamental trabajar en la construcción de las audiencias críticas e informadas en pro de empoderar a la ciudadanía en una cultura de uso y consumo consciente de los medios. Esto requiere la colaboración interdisciplinaria entre diferentes áreas del conocimiento, desafíos en el ámbito mediático y la promoción de proyectos de extensión que lleven estos conocimientos más allá del ámbito académico.

7. REFERENCIAS

- Arenas-Fernández, A. (2022). *Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos*. [Tesis doctoral, Universidad de Huelva] Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=311743>
- Almenara, J. (2021). Y el COVID-19 transformó al sistema educativo: reflexiones y experiencias por aprender. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (15) 218-228. <https://idus.us.es/handle/11441/101185>
- Arribas, A. (2006). Adaptación transcultural de instrumentos: guía para el proceso de validación de instrumentos tipo encuestas. *Revista Científica de la AMBB*, 16(3), 74-82.
<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1007566>
- Barbas, C. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>
- Begnini, L., Arteaga, Y. & Arroyo, B. (2022). Educomunicación y recursos didácticos. *Revista Científica FIPCAEC*, 7(3), 165-177.
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/599>
- Carias, F. Marín, I., & Hernando, A. (2021). Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio. *Universitas-XXI*, 35, pp. 39-60.
<https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.02>
- Castellano, D. y Sinmaleza, K. (2022). *Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo].ISSUU.
https://issuu.com/pucesd/docs/tt_castellano_dayra_y_sinmaleza_krystel
- Caldeiro, M., Sarceda, C., & Barreira, E. (2019). La competencia digital de los universitarios a examen: autopercepción de los estudiantes de la Facultad de Formación del Profesorado de Lugo.

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/98995/1/Investigacion-e-innovacion-en-la-ES_087.pdf

Chávez, N., & Rodríguez, M. (2021). *Educomunicación, alfabetización digital y calidad de programas de postgrados virtuales de la región centroamericana*. [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Dialnet 2021.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7145153>

Conde, M., & Delgado, A. (2021). Estudio de la competencia mediática frente al impacto de los youtubers en los menores de edad españoles. Pixel-Bit.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7932146>

Comisión Europea (2018, abril 26). Combatir la desinformación en línea: La Comisión propone un Código de Buenas Prácticas para toda la UE. Comisión Europea.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_18_3370

Córcoles, M., Tirado, S., González, J., & Cózar, R. (2023). Uso de entornos de realidad virtual para la enseñanza de la Historia en educación primaria. *Education in the knowledge society: EKS*.

<https://revistas.usal.es/tres/index.php/eks/article/view/28382>

Dávila, 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 doctoral, Universidad de Huelva]. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9140141.pdf>

Ferrarelli, M. (2021). Alfabetismos aumentados: Producir, expresarse y colaborar en la cultura digital. *Austral Comunicación*, 10(2), 395-411.

<https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1002.fer>

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, 4(7), 72-79.

<https://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/08-PRE-13470.pdf>

Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?. *Didáctica y Educación*

ISSN 2224-2643, 11(3), 62–79.

<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>

Forteza, A. (2023). *¿Realidad o ficción? Tópicos e influencias de las series de televisión educativas en adolescentes* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva].

DIC.https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/aurora_C_359.pdf

Galeano, B. (2023). Alfabetización mediática y aprendizaje informal en Latinoamérica: revisión de literatura. *Revista Lumina*, 17(1), 9-26.

<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/40451>

Garro, L. (2020). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, vol. 44, núm. (1) 502-514.

<https://www.redalyc.org/journal/440/44060092042/html/>

Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. Editorial Trillas.

Gomero, G., Barredo, D. y Hernández J. (2022). El transmedia en la educación superior.

Una entrevista con expertos de Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 154-170. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1838>

González, C., Ugalde, C., Piedra, L., & Loja, J. (2019). Diferencias en el nivel de competencia mediática por tipo de sistema educativo. *Revista de la facultad de comunicación Contratexto*, 32(032), 95-110.

<https://doi.org/10.26439/contratexto2019.n032.4612>

González, D., Fernández, F., & Carmona, R. (2020). Las dimensiones de la competencia mediática en estudiantes universitarios españoles. *Icono14*, 18(2), 217-244.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591111>

González, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa, Arequipa, Perú.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26118w/Tecnicas%20e%20instrumentos.pdf>

Guelmes, E. & Nieto, E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*,

- 7(1), 23-29. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004&lng=es&tlng=es
- Guevara, V., Peceros, K., Bolo, K. & Scattolon, C. (2021). La educación y la escuela de Frankfurt: una perspectiva epistemológica sobre la teoría crítica de la sociedad. *Phainomenon*, 20(2), 223–242. <https://doi.org/10.33539/phai.v20i2.2459>
- Hernández, R., Fernández, C., Bastidas, P. (2003). Metodología de la investigación, 53(736). Metodología de la Investigación - Sampieri (6ta edición).pdf
- Herrero, E., & La-Rosa, L. (2022). Secondary education students and media literacy in the age of disinformation. [Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación]. *Revista Comunicar*, 73, 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- Kačínová, V. y Sádaba, C. (2022). Competencia mediática como una “competencia aumentada” *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 21-38. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1514>
- INEC (2021). Programa Nacional de Estadística 2021-2025. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Quito. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sistema_Estadistico_Nacional/Planificacion_Estadistica/Programa_Nacional_de_Estadistica_2021-2025.pdf
- Ley orgánica de protección de protección de datos personales(2011). https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf
- López, A. (2020). Fake news e infodemia científica durante la Covid-19, ¿dos caras de la misma crisis informacional?. *Anuario ThinkEPI*, 14. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14e07>
- López, A., Moreno, P, & Mera, J. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 137-152. <https://dx.doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a8>
- Lotero, G., Romero, L. & Pérez, A. (2019). Tendencias de las publicaciones especializadas en el campo de la educomunicación y alfabetización mediática en Latinoamérica.

Interface-Comunicação, Saúde, Educação, 23, e180193.

<https://www.scielo.br/j/icse/a/3zLpPT9JpXry4vFdPsZX73m/?lang=es>

Martínez de Toda, J. (1998). Las seis dimensiones en la educación para los medios.

Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación, 103, 33-47.

<https://es.scribd.com/document/57609417/Las-seis-dimensiones-en-la-educacion-para-los-medios>

Mateus, J., Andrada, P. & Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una

aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica.

Revista de Comunicación, 18(2), 287-301. <https://dx.doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a14>

Mateus, J., Hernández, W., & Figueras, M. (2019). Validación de un instrumento de

autopercepción de competencia mediática para docentes en formación. *Revista*

Cultura y Educación, 31(2), 450-464.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7048499>

Mésquita, W., y Fernández, C. (2023). Retos actuales de la alfabetización mediática y

tendencias para la formulación de propuestas pedagógicas. Una revisión

bibliográfica. *Academia y Virtualidad*, 16(1), 51-69. <https://doi.org/10.18359/ravi.5748>

Ministerio de Educación de Ecuador. Agenda Educativa Digital 2021-2025. Ministerio de

Educación. <https://educacion.gob.ec/agenda-educativa-digital/>

Montañez, J., & Moreno, R. (2021). Manual de metodología de la investigación en negocios

internacionales. Ecoe Ediciones. [https://www.ecoediciones.com/wp-](https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2021/06/9789585030893.pdf)

[content/uploads/2021/06/9789585030893.pdf](https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2021/06/9789585030893.pdf)

Muñoz, P., Escobar, J., García, R. y Aguaded I. (2021). Educomunicación inclusiva y

discapacidad en la Región Andina: revisión cualitativa de avances y logros. *Revista*

Complutense de Educación, 32(1), 67-78. <https://doi.org/10.5209/rced.68017>

Muñoz, R. (2023). La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. UNAULA: *Revista de la*

Universidad Autónoma Latinoamericana, (43), 223-244.

<https://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/revistaUNAULA/article/view/1563>

- Lenarduzzi, V., & Juárez, E. (2023). Los cien años de la Escuela de Frankfurt y las trayectorias de la Teoría Crítica. *Revista Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (25). <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/8942>
- Paramio, G. (2015). *Competencia mediática en Salud, bienestar psicológico y salud mental en estudiantes universitarios* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. BUH. <http://www.uhu.es/agora/ficheros/publicaciones/38.pdf>
- Pérez, O. (2019). Educomunicación, a través de la creación audiovisual: tres experiencias en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1452 a 1469. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8241606>
- Pizarro, C. (2011). Entre el reto de la alfabetización digital ¿una utopía o realidad? *Revista Comunicación* (28), 159-166. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5466156>
- Portugal, R. (2023). *Competencia mediática de mujeres bolivianas para la comprensión crítica de la violencia de género en programaciones informativas televisivas nacionales* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva].2023. Scielo. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762020000100004
- Rivero, P., Monclús, G., & Novell, C. (2021). Educomunicación en las redes sociales de los museos en la era post covid: el paradigma co-creativo. *Revista Her&Mus. Heritage & Museography*, 22, 8-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8220428>
- Romero, W., Morante, M. & López, B. (2022). Alfabetización mediática crítica para mejorar la competencia del alumnado. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (70), 47-57. https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/20385/10.3916_C70-2022-04.pdf?sequence=2
- Rodríguez, C., Oré, J., & Vargas, D. (2021). Las variables en la metodología de la investigación científica. *3Ciencias (Vol. 78)*. <https://3ciencias.com/libros/libro/variables-metodologia-investigacion-cientifica/>

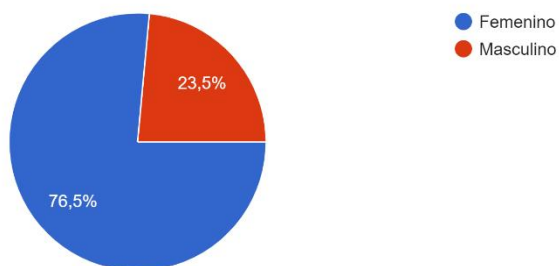
- Rubiano Muñoz, R. (2023). La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. *UNAULA: Revista De La Universidad Autónoma Latinoamericana*, (43), 223–244.
<https://doi.org/10.24142/unaula.n43a12>
- Sádaba, M. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*. (81), 2023, 17 – 33
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1471>
- Toro, O. (2018). El tiempo de lo común en la información y la comunicación [Tesis doctoral, Universidad de Huelva] Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=267315>
- UNESCO. (2013). Alianza Mundial para las Asociaciones sobre Alfabetización Mediática e Informacional. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/>
- UNESCO. (2022). Alfabetización Mediática e Informacional. UNESCO.
<https://www.unesco.org/es/media-information-literacy/about>
- UTPL. (2020). Reto de la alfabetización mediática en Ecuador: aprender y enseñar con medios digitales. UTPL. <https://noticias.utpl.edu.ec/reto-de-la-alfabetizacion-mediatica-en-ecuador-aprender-y-ensenar-con-medios-digitales>
- UTPL. (2023). UTPL lidera proyecto de educomunicación en Ecuador en colaboración con la UNESCO. UTPL. <https://noticias.utpl.edu.ec/utpl-lidera-proyecto-de-educomunicacion-en-ecuador-en-colaboracion-con-la-unesco>
- Vieira, L. (2019). *La competencia comunicativa en la formación del profesorado de español en Brasil: Estrategias para su aprendizaje en los ambientes virtuales* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva] Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=245441>

8. ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de Profesores de educación básica

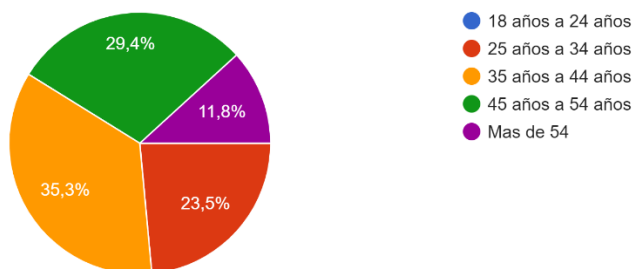
¿Cuál es su género?

17 respuestas



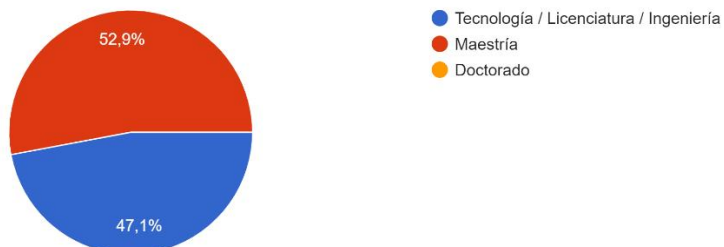
¿Cuál es su edad? (rango amplio)

17 respuestas



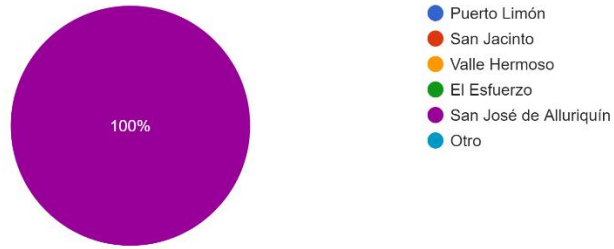
¿Cuál es su máximo nivel educativo?

17 respuestas



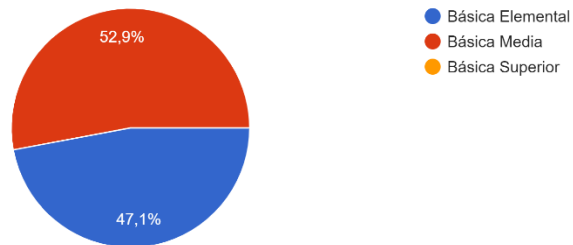
Seleccione la parroquia en la que ejerce la docencia

17 respuestas



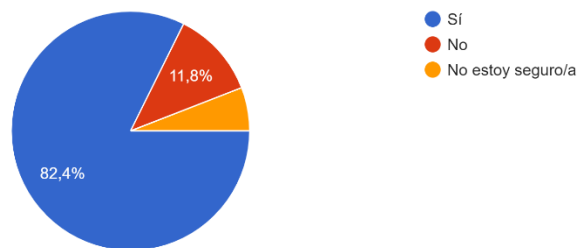
¿En qué nivel educativo usted ejerce la docencia?

17 respuestas



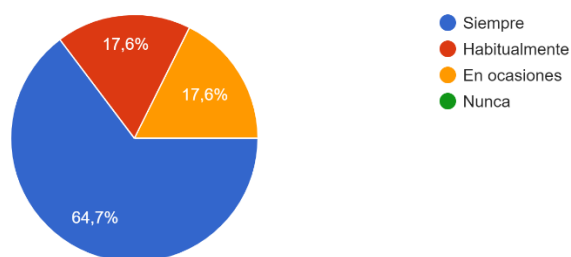
¿Considera usted que los docentes de zonas rurales tienen conocimientos suficientes sobre cómo usar diferentes tipos de medios de comunicación para enseñar?

17 respuestas



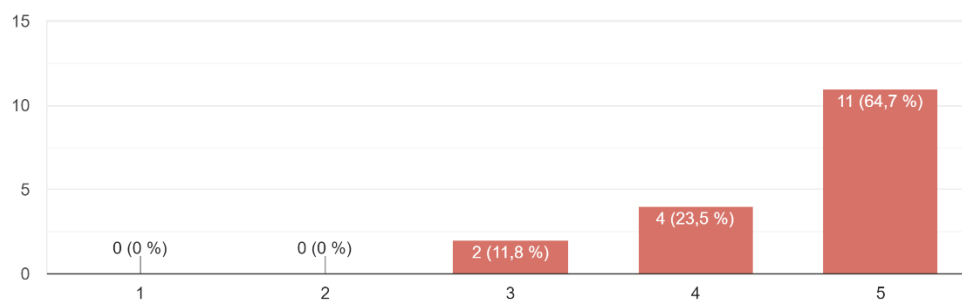
¿Reconoce usted la importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes? La alfabetización mediática se refiere a la capacidad de crear mensajes en diversos medios de comunicación.

17 respuestas



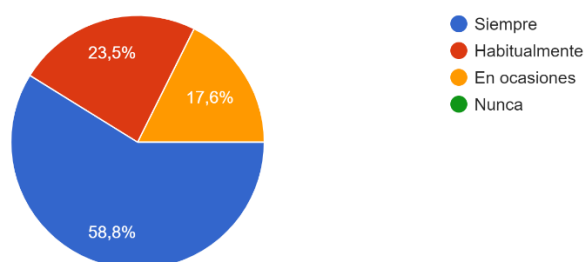
¿Cómo valora usted que los profesores utilicen los medios de comunicación de manera responsable y efectiva en sus clases?

17 respuestas



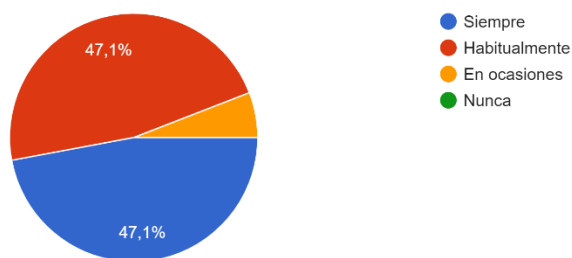
¿Con qué frecuencia usted realiza actividades para que sus estudiantes promuevan el uso responsable de los medios de comunicación?

17 respuestas



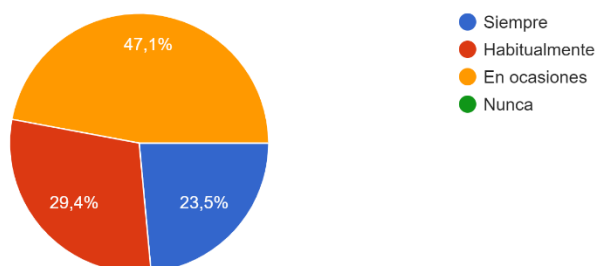
¿Fomenta entre sus estudiantes la iniciativa de denunciar malas prácticas o usos inapropiados de los medios de comunicación, las redes sociales y el internet?

17 respuestas



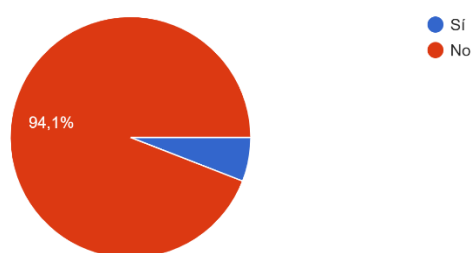
¿Usted fomenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula, mediante contenido audiovisual en los medios emergentes? La producc...emente y han ganado relevancia en los medios.

17 respuestas



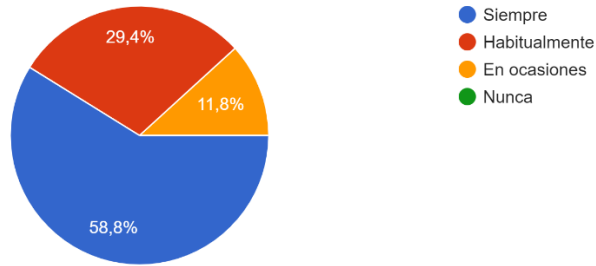
¿Considera usted que los docentes son los únicos responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes?

17 respuestas

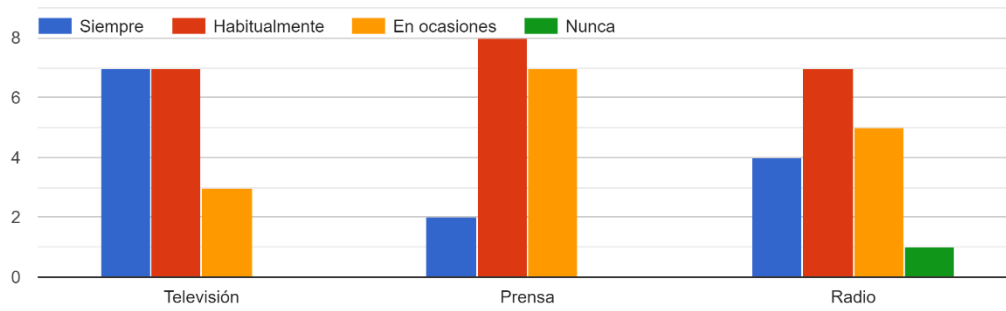


¿Con qué frecuencia usted reconoce las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en su vida profesional?

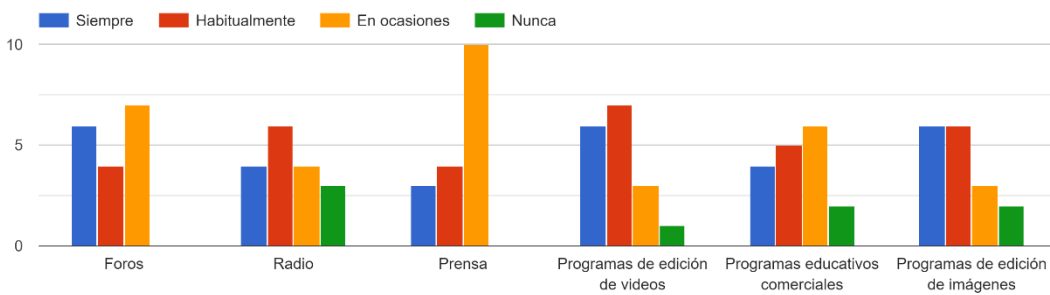
17 respuestas



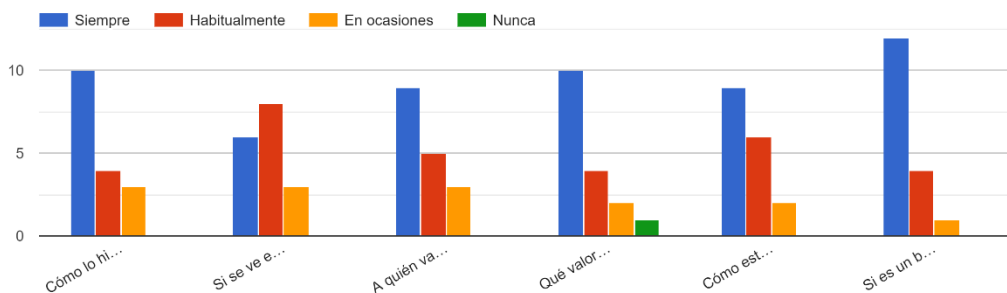
¿Con qué frecuencia influyen los siguientes medios de comunicación tradicional en su actividad profesional?



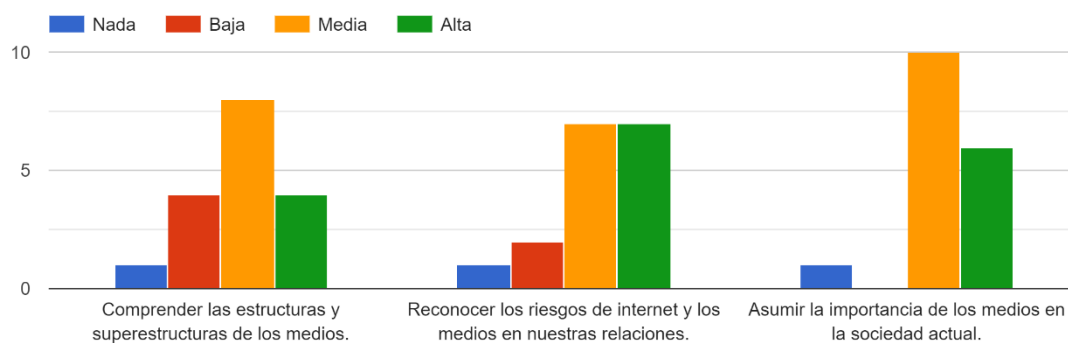
¿Con que frecuencia utiliza usted los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones y contrastar información?



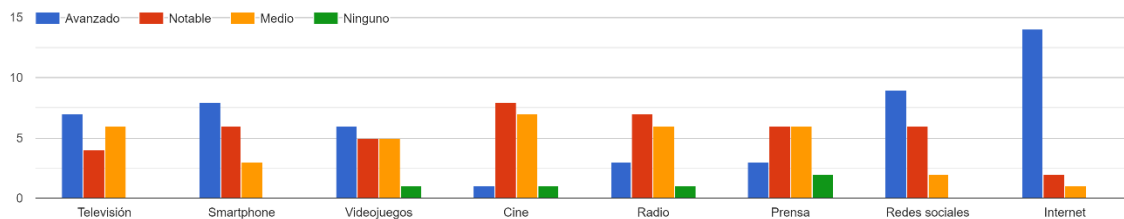
Cuando usted selecciona materiales de los medios de comunicación para impartir sus clases, tiene en cuenta: Medios: Revistas, sitios web, videos, podcast, programas de radio.



Basándose en su experiencia, valore el grado de importancia de las siguientes competencias asociadas a la educación en medios de comunicación.

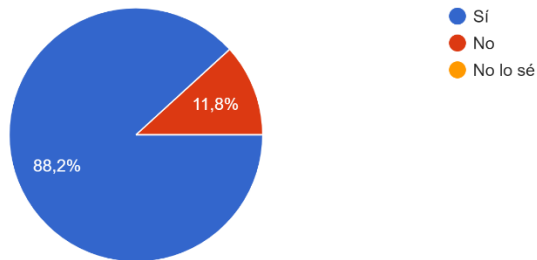


¿Cuál considera usted que es su nivel de dominio de los siguientes medios de comunicación clásicos y emergentes? Los medios emergentes se refieren a canales de comunicación o plataformas que han surgido recientemente y que han ganado relevancia.



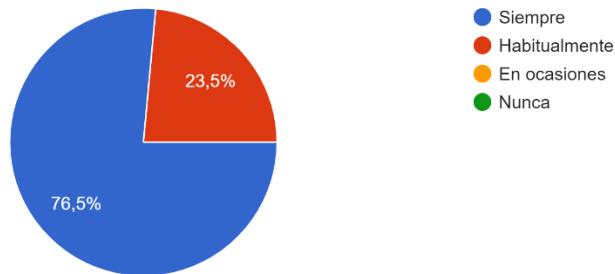
¿Considera usted que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en su vida, tanto a nivel personal como social?

17 respuestas

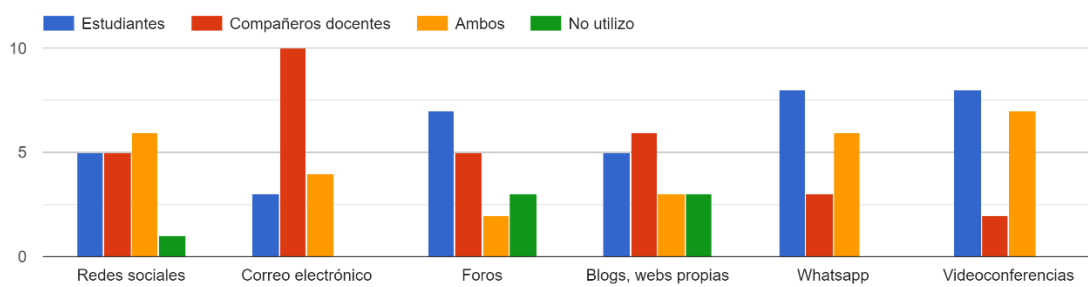


¿Usted prioriza la búsqueda de información significativa y relevante para su vida?

17 respuestas

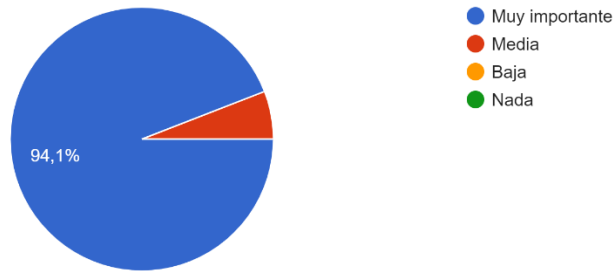


Seleccione el medio de comunicación interactivo que usted utiliza para comunicarse con los siguientes actores: El medio de comunicación interactivo es aquel ...ando un comentario o incluso compartiendo la publicación.



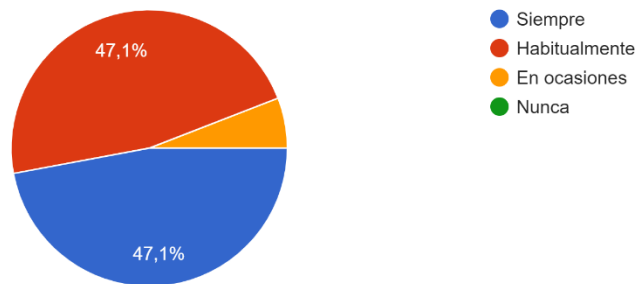
¿Qué tan relevante considera sintetizar la información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación?

17 respuestas



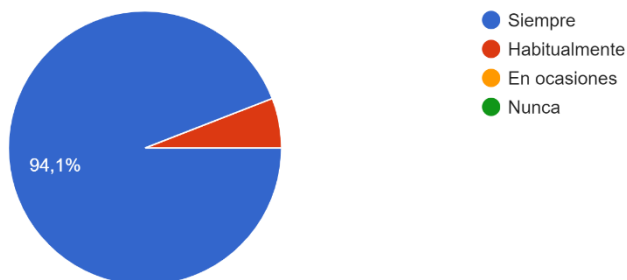
¿Con qué frecuencia considera usted que utiliza correctamente las herramientas para diseñar y difundir creaciones o productos mediáticos? El p... y distribuido a través de medios de comunicación.

17 respuestas

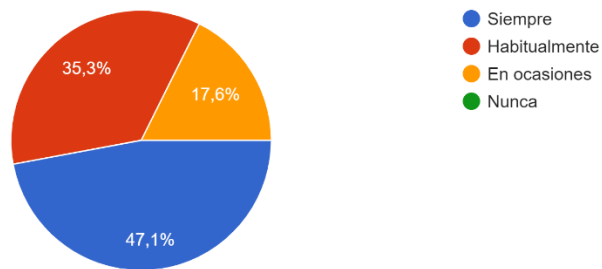


¿Tiene usted en cuenta los valores (transparencia, honestidad e integridad, etc) que desea comunicar a través de sus mensajes?

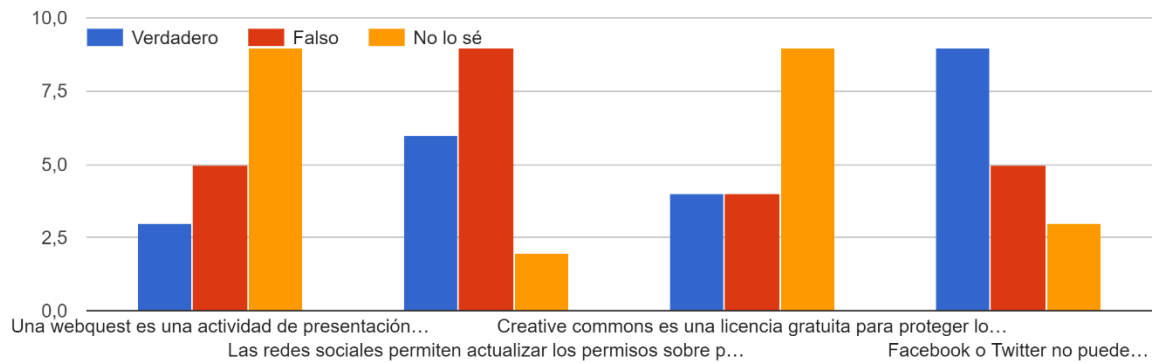
17 respuestas



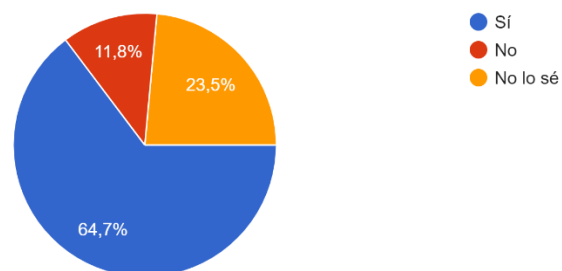
¿Usted reconoce la ideología que se transmite a través de una creación o producto mediático? El producto mediático es el contenido o mensaje creado a través de la comunicación, por ejemplo: videos, podcast, etc.
17 respuestas



Identifique si los siguientes enunciados son correctos o no.

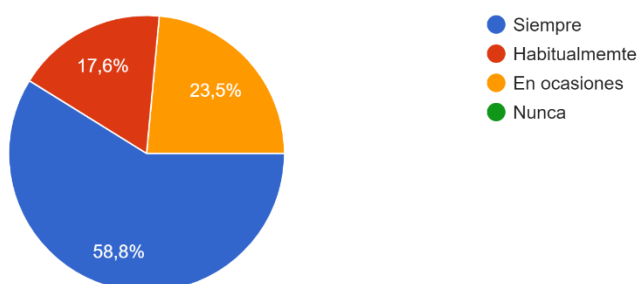


¿En su país existen códigos deontológicos que regulan los contenidos que emiten los diferentes medios de comunicación? Los códigos deontológicos...rvención a nivel social, cultural y educativo.
17 respuestas



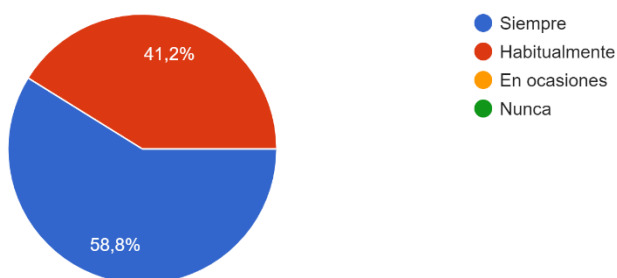
¿Con qué frecuencia usted considera que aparecen estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación?

17 respuestas



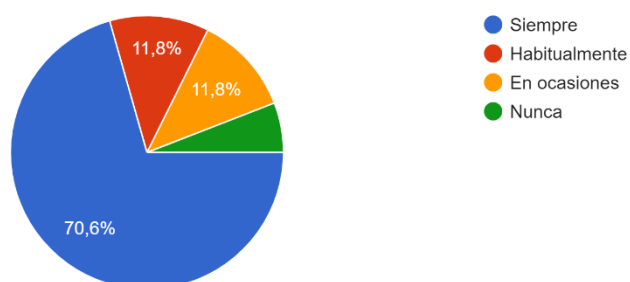
¿Con qué frecuencia usted identifica en una publicación el uso de códigos del lenguaje audiovisual? El lenguaje audiovisual puede implicar el enfoque, color, tamaño y orden de las imágenes.

17 respuestas



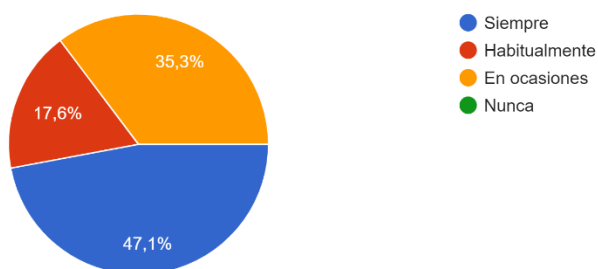
Cuando usted crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático ¿Utiliza correctamente los códigos del lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño y orden de las imágenes, fotografía, edición, montaje, videos etc.

17 respuestas



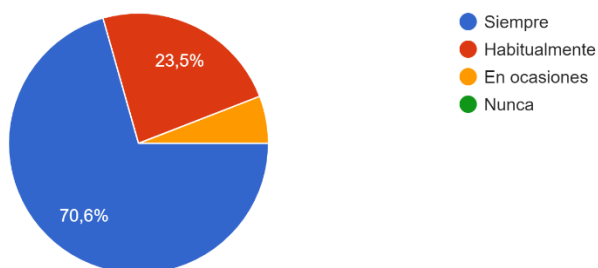
¿Usted reconoce los programas informáticos con los que se elabora una creación audiovisual o producto mediático? El producto mediático es el ...e comunicación, por ejemplo: videos, podcast, etc.

17 respuestas



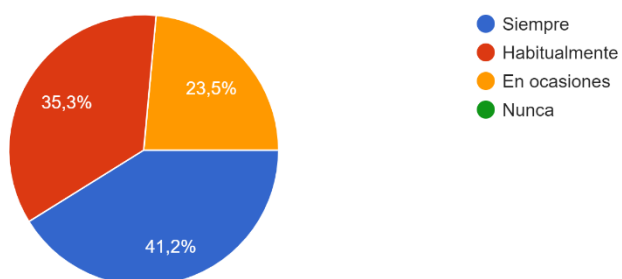
¿Al diseñar mensajes o contenido mediático usted prioriza la atención al detalle en aspectos estéticos y artísticos para lograr una presentación ...avés de las redes sociales o correos electrónicos.

17 respuestas



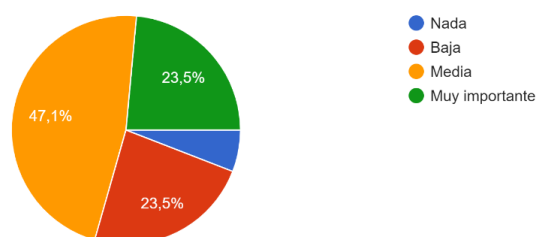
¿Con qué frecuencia usted reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico? ...y distribuido a través de medios de comunicación.

17 respuestas



¿Considera usted relevante ser prosumer de los medios de comunicación? Prosumer se refiere a aquel que es productor y/o consumidor de contenido.

17 respuestas



Anexo 2. Preguntas por dimensión competencia mediática educación básica

Dimensión	Cantidad de preguntas	Preguntas
Lenguaje	3	29, 30, 34
Tecnología	7	6, 8, 14, 15, 18, 23, 31
Estética	2	32, 33
Procesos Producción y Difusión.	9	11, 13, 16, 19, 20, 22, 26, 27, 28
Procesos Interacción.	1	21
Ideología y valores	7	7, 9, 10, 12, 17, 24, 25

Anexo 3. Preguntas por ámbito de competencia mediática educación media

Dimensión	Cantidad de preguntas	Preguntas
Análisis	17	7, 8, 12, 13, 14, 17, 19, 20, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 33, 34
Expresión	12	6, 9, 10, 11, 15, 16, 18, 21, 23, 24, 30, 32

Anexo 4. Rango de calificación

Niveles de la competencia	Porcentaje de logro
Mínimo	33% o menos
Básico	Entre 33,1% y 54%
Medio	54,1% y 75%
Avanzado	75,1% y 100%

Anexo 5. Dimensión e indicadores de la competencia mediantica

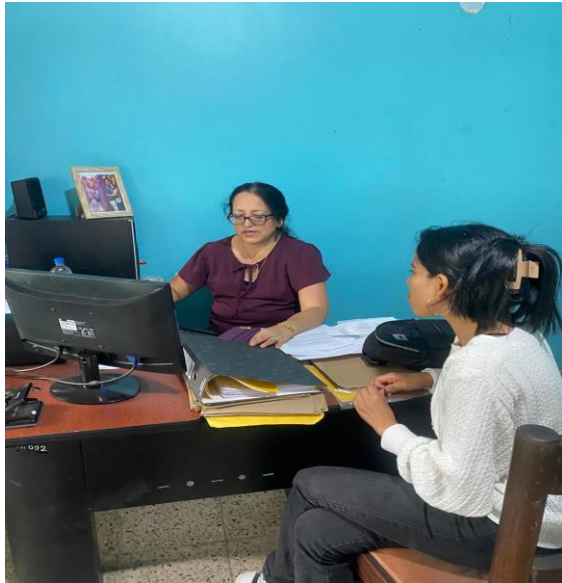
DIMENSIONES	INDICADORES	
	ÁMBITO DE ANÁLISIS	ÁMBITO DE EXPRESIÓN
Lenguaje	4 capacidades	3 capacidades
	conocimiento	conocimiento
	habilidad	habilidad
	actitud	actitud
Tecnología	4 capacidades	3 capacidades
	conocimiento	conocimiento
	habilidad	habilidad
	actitud	actitud
Procesos interacción	6 capacidades	2 capacidades
	2 conocimiento	1 conocimiento
	habilidad	habilidad
	actitud	actitud
Procesos de producción y difusión	capacidades	6 capacidades
	4 conocimiento	1 conocimiento
	habilidad	habilidad
	actitud	actitud
Ideología y valores	7 capacidades	3 capacidades
	conocimiento	conocimiento
	1 habilidad	habilidad
	1 actitud	actitud

DIMENSIONES	INDICADORES	
	ÁMBITO DE ANÁLISIS	ÁMBITO DE EXPRESIÓN
Estética	3 capacidades	2 capacidades
	conocimiento	conocimiento
	1 sensibilidad	habilidad
	actitud	actitud

Anexo 6. Publicación para redes sociales



Anexo 7. Banco de fotografías





puce_santodomingo • Seguidos

puce_santodomingo 3 sem
🌟 Así se vivieron las primeras jornadas del proyecto de capacitación "Competencia mediática en profesores", que se desarrolla en la Unidad Educativa El Esfuerzo bajo la dirección del Mg. José Romero y con la destacada participación de los profesores Mg. Marcelo Moreira, Mg. Aide Zumba, PhD Teresa Zambrano y Mg. Carlos Galarza.

👍 134 Me gusta
10 de julio