



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 SUMA

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

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

Autoría:

Vera Sandoval Génesis Mishell

Zambrano Solórzano María José

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 SUMA**

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

Autoría:

Vera Sandoval Génesis Mishell

Zambrano Solórzano María José

Aprobado por:

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

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.
CALIFICADORA

Moreira Cedeño Cristian Marcelo, Mg.
CALIFICADOR

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

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Nosotras, Vera Sandoval Génesis Mishell, portadora de la cédula de ciudadanía 2300911605, y, Zambrano Sólorzano María José portadora de la cédula de ciudadanía 2350205593, declaramos que los resultados obtenidos en la investigación que presentamos como informe final, previo a la obtención del Grado de Licenciado en Comunicación son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaramos que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad legal y académica. Igualmente, declaramos que todo resultado académico que se desprenda de esta investigación y que se difunda tendrá como filiación la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, reconociendo en las autorías a la directora del Trabajo de Titulación y demás profesores que amerita.

Además, declaramos 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, autorizamos 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.



Vera Sandoval Génesis Mishell
C.C. 2300911605



Zambrano Sólorzano María José
C.C. 2350205593

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESCRITO DE GRADO

Yullio Cano de la Cruz, PhD.

Dirección de Investigación y Postgrados

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo

De mi consideración,

Por medio del presente informe en calidad de director del Trabajo de Titulación del Grado de Licenciatura en Comunicación titulado: ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN LA ZONA RURAL, PARROQUIA SUMA, realizado por las estudiantes: Vera Sandoval Génesis Mishell con cédula de ciudadanía 2300911605 y Zambrano Sólorzano María José con cédula de ciudadanía 2350205593, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, informo que el presente Plan del Trabajo de Titulación escrito se encuentra finalizado conforme a la guía y al formato de la Sede vigente, por lo que queda aprobado conforme a lo establecido en el Artículo 85.- Aprobación del plan, establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la PUCE en su versión vigente del 6 de junio de 2022.

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

Santo Domingo, 27/09/2024.

Atentamente, Romero Gutiérrez José Marcelino, Mg.

Profesor Titular Auxiliar I

RESUMEN

En el entorno académico actual, la alfabetización y competencias mediáticas son esenciales frente a la constante evolución de los medios y la creciente digitalización. La habilidad para decodificar, evaluar y crear contenido comunicativo crítico y confiable se convierte en un imperativo dentro de un contexto donde la información fluye velozmente. El estudio adopta un enfoque cuantitativo con diseño no experimental, para lograr una comprensión completa del fenómeno en estudio. Esta metodología robusta permite no solo cuantificar aspectos, sino también explorar en profundidad las percepciones, experiencias y desafíos que enfrentan los docentes rurales en Suma, provincia de Manabí. A su vez, aborda la variabilidad en el conocimiento de los profesores rurales sobre el uso de nuevos medios de comunicación. Se desarrolla un plan de formación modular y adaptativo para mejorar sus competencias en alfabetización mediática, y la evaluación del plan incluirá métodos formativos y sumativos para medir el progreso y ajustar el programa según sea necesario. En efecto, la investigación no solo aborda la necesidad urgente de alfabetización y competencias mediáticas en el ámbito académico, sino que también se sumerge en la realidad específica de los profesores rurales, reconociendo su papel vital en la transformación educativa y su impacto directo en el desarrollo humano y social.

Palabras clave: Educomunicación, alfabetización mediática, competencia mediática, profesorado, medios de comunicación.

ABSTRACT

In the current academic environment, media literacy and skills are essential in the face of the constant evolution of the media and growing digitalization. The ability to decode, evaluate and create critical and reliable communicative content becomes an imperative within a context where information flows quickly. The study adopts a quantitative approach with a non-experimental design, to achieve a complete understanding of the phenomenon under study. This robust methodology allows not only to quantify aspects, but also to explore in depth the perceptions, experiences and challenges faced by rural teachers in Suma, province of Manabí. At the same time, it addresses the variability in the knowledge of rural teachers about the use of new media. A modular and adaptive training plan is developed to improve your media literacy skills. And evaluation of the plan will include formative and summative methods to measure progress and adjust the program as necessary. Indeed, the research not only addresses the urgent need for literacy and media skills in the academic field, but also delves into the specific reality of rural teachers, recognizing their vital role in educational transformation and their direct impact on development. human and social.

Keywords: Educommunication, media literacy, media competition, teachers, media.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Antecedentes	12
1.2. Planteamiento y delimitación del problema.....	14
1.3. Preguntas de investigación.....	15
1.4. Justificación.....	15
1.5. Objetivos de investigación	17
1.5.1. Objetivo general.....	17
1.5.2. Objetivos específicos	17
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	18
2.1. Educomunicación	18
2.2. Alfabetización mediática	19
2.3. Competencia mediática	21
3. METODOLOGÍA	26
3.1. Enfoque y tipo de investigación	26
3.2. Unidades de análisis	26
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación	26
3.4. Técnicas de análisis de datos.....	27
4. RESULTADOS	28
4.1. Identificación del nivel de competencia mediática	28
4.1.1. Diseño del instrumento	28
4.1.2. Peso y valor por competencia.....	29
4.1.3. División por ámbito de análisis y expresión.....	30
4.1.4. Nivel de competencia mediática de los profesores.....	31
4.2. Plan de formación	32
4.2.1. Planeación.....	33
4.2.2. Ejecución	39

4.2.3. Evaluación	40
4.3. Evaluación final	41
5. DISCUSIÓN	42
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
6.1. CONCLUSIONES.....	45
6.2. RECOMENDACIONES	45
7. REFERENCIAS	47
8. ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensión lenguaje.....	22
Tabla 2. Dimensión ideología y valores.....	23
Tabla 3. Dimensión estética.....	24
Tabla 4. Dimensión procesos de interacción.....	24
Tabla 5. Dimensión procesos de producción y difusión.....	24
Tabla 6. Dimensión tecnológica.....	25
Tabla 7. Diseño del Instrumento.....	28
Tabla 8. Peso y Valor.....	29
Tabla 9. Resultado de análisis y expresión.....	30
Tabla 10. Escala de calificación y porcentaje de logro.....	31
Tabla 11. Niveles de la competencia mediática.....	31
Tabla 12. Syllabus.....	34
Tabla 13. Presupuesto.....	39
Tabla 14. Planeación de Cronograma.....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diseño del Instrumento	28
Figura 2. Proceso de Capacitación	32

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de Profesores de Educación Básica	52
Anexo 2. Plan Piloto.....	53

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la alfabetización y las competencias mediáticas son ejes importantes para el entorno académico, puesto que la evolución de los medios de comunicación y la digitalización han modificado la estructura en la que las personas acceden, consumen y producen información.

Según, Wilson et al., como se cita en Bonilla, M & Aguaded, I. (2011), la alfabetización mediática engloba la capacidad para descifrar, valorar y generar contenidos comunicativos, integrando el uso de los medios de comunicación de manera fiable, crítica y prudente. La misma pone énfasis en la habilidad de comprender las operaciones de los medios de comunicación, evaluar sus comportamientos y utilizarlos para la expresión personal y la participación en procesos democráticos.

Por otra parte, para García et al. (2018), las competencias mediáticas se refieren a un grupo interconectado y complejo de conocimientos, habilidades y actitudes que capacitan para desenvolverse activamente en el entorno mediático actual, permitiendo obtener, analizar y evaluar mensajes, así como comunicar de manera competente en medios tradicionales, como en los nuevos medios.

De ese modo, el término AMI para definir a la Alfabetización Mediática e Informativa, abarca la capacidad para interactuar con la información en diversos contextos, mientras que las competencias mediáticas se centran específicamente en el dominio de habilidades relacionadas con los medios de comunicación.

1.1. Antecedentes

La AMI como herramienta para el progreso de las competencias mediáticas comprende un rol indispensable en la sociedad actual, permitiendo fomentar la participación y el empoderamiento de las personas para producir e innovar en un entorno en constante

evolución.

Para fortalecer la alfabetización mediática e informacional (AMI) entre los alumnos, es esencial primero formar a los profesores. La propuesta de la UNESCO sobre la AMI busca unificar las diversas concepciones y lograr la convergencia en las plataformas de distribución. A partir de ello, en 2011, el Curriculum AMI y el Marco de Competencias para profesores de la UNESCO, proporcionan un marco para la creación de programas educativos que promuevan la alfabetización en medios e información entre los profesores en países tanto desarrollados, como en desarrollo. La ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura también espera que los educadores revisen y se involucren en un proceso colaborativo para enriquecer el currículo, convirtiéndolo en un documento en constante evolución.

En el contexto nacional, el estudio desarrollado por Rey et al. (2017), analiza los hallazgos derivados de un experimento realizado con estudiantes de educación secundaria. El propósito de este experimento es evaluar hasta qué punto la alfabetización mediática puede contribuir al fortalecimiento de las competencias en los estudiantes. La muestra de participantes deriva a alumnos de décimo grado de tres instituciones educativas en la ciudad de Guayaquil. Así pues, los resultados resaltan que los estudiantes que han adquirido una adecuada alfabetización mediática demuestran una capacidad superior para comprender y descifrar la información, sin importar su entorno socioeconómico, en contraste con aquellos que carecen de esta preparación.

Finalmente, en el contexto local, la alfabetización mediática busca cambiar la interacción social a través de la tecnología, haciendo la vida digital más llevadera. Es por ello, que Castellano et al. (2022) a través de su investigación, determinó que el nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo de los Tsáchilas es de nivel promedio en lo que respecta a las funciones mencionadas sobre las redes sociales y la publicación de contenido visual en línea, estudio realizado a través de una

encuesta a una muestra de 402 padres. Esto sugiere una base de conocimiento decente, pero también podría indicar espacio para mejorar y profundizar en su alfabetización mediática.

1.2. Planteamiento y delimitación del problema

Los estudios analizados anteriormente obedecen a investigaciones de carácter local, nacional e internacional, con enfoque mixto y de tipo transversal. En ese sentido, la AMI no sólo es un desafío educativo, sino también un imperativo social que requiere un enfoque integral que involucre a educadores, estudiantes y padres para la construcción de las competencias mediáticas.

La Constitución de la República del Ecuador, establece en el Artículo 347, del literal 7, que, “es responsabilidad del estado erradicar el analfabetismo puro y funcional, y apoyar los procesos de post-alfabetización...”, sin embargo, el artículo no establece indicadores claros para medir el éxito en la erradicación del analfabetismo, ni en los procesos de post-alfabetización. Sin métricas específicas, es difícil evaluar el impacto de las políticas educativas.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), los datos sobre equipamiento TIC en los hogares, son un indicador para medir el acceso a la tecnología y su impacto en la sociedad. Cifras indican que existe un incremento significativo de 7,7 pp (puntos porcentuales) en el porcentaje de hogares con acceso a internet. Del mismo modo, se constata un crecimiento notable en el área urbana y rural de 5,6 y 13,1 p.p., correspondientemente. Pero, se evidencia que los datos gubernamentales no consideran ámbitos que aporten a la construcción de una sociedad digital de calidad, crítica e informada.

Por otra parte, acorde con estadísticas proporcionadas por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), en 2020, se destaca que el servicio de

acceso a Internet fijo contó con aproximadamente 2,21 millones de cuentas (equivalente al 12,7% de penetración poblacional y al 48,4% de penetración por hogar), no obstante, los datos no evidencian el tipo de información que consumen los usuarios, cómo asimilan los contenidos de la red o el nivel de impacto en la toma de decisiones en temáticas contractuales.

1.3. Preguntas de investigación

Acorde a lo analizado anteriormente, se plantea como problema de investigación:
¿Cómo mejorar la formación del profesor rural como actor clave en el aprendizaje en alfabetización y competencias mediáticas?

De esta problemática se desglosa las siguientes preguntas:

- ¿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 como este compromiso puede impactar positivamente en su práctica docente y en el aprendizaje de los estudiantes en contextos rurales?

1.4. Justificación

La Alfabetización Mediática e Informacional, en esencia, potencia la capacidad de los individuos para ejercer plenamente sus derechos humanos elementales. En relación a ella, el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, establece que

“todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”, no obstante, esta libertad está condicionada a que el usuario tenga las competencias mínimas para interactuar con la información que recepta y emite.

Hoy en día las personas están inmersas en una sociedad donde las oportunidades y elecciones de cada individuo están fuertemente influenciadas por la calidad de la información que reciben. Esto no solo afecta en la capacidad para disfrutar de libertades esenciales, sino también en la práctica para tomar decisiones autónomas y contribuir al propio desarrollo.

El enfoque inicial de la AMI en los docentes es una estrategia clave para alcanzar un efecto multiplicador. Los profesores, requieren una formación capacitada, para emplear de la manera más eficiente los nuevos recursos, en este caso tecnológicos. Estos, deben poseer habilidades instrumentales para utilizar tanto software como hardware, pero, sobre todo, también deben adquirir competencias pedagógicas para integrar de manera efectiva todos los medios de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en sus diversos roles educativos. Marqués, (2001)., como se cita en Ruiz, A. B. M. (2010).

La declaración de compromiso de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en 2012 proporciona una sólida justificación para la investigación. En ella, la OEA manifiesta su compromiso en asegurar que las escuelas, incluso aquellas ubicadas en zonas remotas y rurales, tengan acceso equitativo y asequible a la banda ancha y dispositivos tecnológicos. Además, destaca la importancia de capacitar a los docentes en el uso pedagógico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la creación y difusión de contenidos educativos relevantes para el currículo de cada país.

Esta posición resalta la necesidad de explorar y mejorar las competencias mediáticas de los profesores en entornos educativos rurales, para garantizar la efectividad

de estas iniciativas y su alineación con los objetivos educativos regionales.

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 Suma, en el cantón El Carmen.

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.
- Desarrollar una propuesta de evaluación sobre el plan de formación en alfabetización y competencias mediáticas.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

A continuación, se abordan tres ejes fundamentales de la investigación para esclarecer la intersección dinámica de cada una de ellas: educomunicación, alfabetización mediática y competencias mediáticas. Mencionando conceptualizaciones, teorías, modelos, entre otros.

2.1. Educomunicación

La educomunicación converge en dos campos de conocimiento, la educación y la comunicación. Este concepto implica, sin aminorar, todo el entendimiento de los diversos lenguajes y medios, que, a su vez, desarrollan la comunicación a nivel personal, grupal y social. No obstante, busca también, fomentar la capacidad crítica e inteligente ante los procesos comunicativos y sus contenidos, con la finalidad de hallar valores culturales propicios y veracidad (Aparici, 2010).

Por otra parte, Morsy (1984) como se cita en Coslado, Á. B. (2012), determina este campo de estudio, como la importancia de comprender y enseñar, en diversos contextos y niveles; la historia, creación, uso y evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas. Del mismo modo, resalta la importancia de explorar el papel de los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la contribución, las modificaciones en la percepción y el papel del trabajo creativo, junto con el acceso a los medios de comunicación.

Si bien, actualmente el interés por conocer y educar sobre la historia, creación, uso y evaluación de los medios de comunicación es trascendente en el mundo contemporáneo. Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la forma en que la información se difunde, se perciben los eventos y se construyen las realidades.

En esencia, el concepto es de valor, según lo que plantea Muñoz (2020), la

educomunicación, va más allá y cumple un papel predominante en los procesos de participación ciudadana y social del ser humano, en tanto que, su labor, es educar y proporcionar información sobre las nuevas formas de relación y las normas en el nuevo orden social, moldeado por el ciberespacio, la virtualidad y las nuevas tecnologías.

Ante todo, este enfoque, entendido como la integración de procesos educativos y comunicativos, no solo procura la transmisión de información, sino también, la de dotar al ser humano con las habilidades necesarias para analizar y evaluar la información de manera crítica, particularmente en un ambiente saturado de tecnología y medios de comunicación.

En el entorno educativo, es más que importante, aplicar estrategias de educomunicación, tanto formales, como no formales, para instruir en áreas como, las ciencias, competencias digitales, y a su vez, de las competencias mediáticas. La educomunicación pretende esencialmente, impulsar a los estudiantes como emisores, ofreciéndoles posibilidades, inspiración y la formación necesaria para la autogeneración de mensajes. Es entonces, que la función principal, consiste en proporcionar a los educandos de canales y flujos de comunicación, redes de interlocutores, para la interacción de tales mensajes. Kaplún, (1998) como se cita en Coslado, Á. B. (2012).

Por consiguiente, surge la necesidad de capacitar al docente y de esa forma lograr que el estudiante adquiera conocimientos propios para utilizar de manera efectiva los medios y las tecnologías de la información. Esto no solo implica la familiaridad con las herramientas digitales, sino también el entendimiento de cómo utilizarlas de manera ética y responsable, para así empoderar a los estudiantes como comunicadores competentes y participativos en la sociedad contemporánea.

2.2. Alfabetización mediática

El término alfabetización mediática es reciente, con menos de cuarenta años de

existencia, pero engloba una realidad que ya estaba siendo analizada en las teorías tradicionales de la comunicación, como la Agenda Setting y las audiencias activas de los años setenta (McCombs, 1996). En ese momento, se reconoció la importancia de fomentar el consumo crítico de la información para contrarrestar la manipulación mediática (Menco, 2017).

Durante los 80, una agrupación de educadores e investigadores de diecinueve países, se reunieron durante la Declaración de Grunwald en Alemania, un evento impulsado por la UNESCO. Dicho acontecimiento conocido como el primer llamado público, alertó sobre la necesidad de fomentar la lectura reflexiva de la información de los medios en todos los niveles educativos.

La propuesta presentada por, Len Masterman (1993) según la cita de Aguaded, desde la esfera académica aborda la imperativa tarea de contrarrestar los impactos de la saturación mediática y la manipulación de los medios en las aulas. Desde la perspectiva de las empresas informativas, la periodista Rosa María Calaf, destaca la alfabetización mediática como la única vía para analizar el lenguaje de los medios sin sucumbir a la manipulación ideológica. Calaf (2020) como se cita en Sheila, P.T. (2022)., subraya la necesidad de mantener un enfoque crítico con la información, evaluar y estudiar los hechos, y plantear preguntas para comprender cómo se procesa la información y cómo se manipula.

Así mismo, hoy en día, los organismos internacionales y europeos han centrado su atención en la incorporación de la alfabetización mediática en los planes de estudio universitarios y en la capacitación de los profesores. Esto se presenta como la única alternativa para contrarrestar la desinformación y las noticias falsas. El objetivo de esta investigación es examinar cómo ha evolucionado la alfabetización mediática desde sus inicios en los postulados reflexivos (Anderson, 1980; Brown, 1991; Hobbs, 1998; Masterman, 1993, como se citó en Peñalva, 2022). A lo largo de diversas fases especulativas, ha llegado a ser considerada una competencia esencial tanto para las

democracias como para la educación, capaz de enfrentar el fenómeno de las noticias falsas.

El siglo XXI ha sido testigo de cambios rápidos, pasando de sociedades industriales a sociedades del conocimiento en muchos lugares. Esta transformación ha generado cambios sociales importantes, requiriendo habilidades actualizadas para adaptarse a los nuevos medios de cambio social y tecnológico. En respuesta a esta demanda, la UNESCO ha liderado un movimiento de alfabetización mediática e informacional (AMI), buscando integrar ambas formas de alfabetización en un conjunto de competencias esenciales para la vida cotidiana y profesional (UNESCO, 2012).

Según Livingstone (2003), como se cita en Sheila, P.T. (2022)., la alfabetización mediática no puede entenderse de manera aislada de su entorno natural, puesto que su evolución ha sido guiada por la convergencia mediática y tecnológica.

La urgencia de esta revisión se destaca en el contexto actual, caracterizado por la sobrecarga de información, la presencia omnipresente de las redes sociales y la divulgación desmedida de desinformación y noticias falsas. Actualmente, las instituciones internacionales y europeas están enfocadas en integrar la alfabetización mediática en los programas académicos universitarios y en la formación de educadores, como la única alternativa efectiva para contrarrestar la desinformación (Aguaded, 2021 como se citó en Peñalva, 2022).

2.3. Competencia mediática

Pese a su extensa utilización, el concepto de competencia, continúa siendo un término problemático, arraigado por la ambigüedad, donde aparenta complicar su apropiación y aplicación efectiva. Según, Gómez (2002) manifiesta que, el término competencia proyecta cierto carácter polisémico, esquivo, y variado, que esencialmente propicia su asociación con otras categorías tales como, las habilidades, destrezas y

capacidades, y por esa razón se hace complejo explicarlo y, ante todo, acotarlo en algo claro y preciso para ser estudiado e intervenido.

Mientras que, Ferrés & Piscitelli (2012), abordan la definición del término desde un enfoque integral, considerándolo como la unión dinámica entre conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desenvolverse de manera efectiva en un contexto específico.

Al mismo tiempo, los autores mencionados anteriormente, exhiben un modelo de dimensiones e indicadores fundamentales de las competencias mediáticas. Proyecto sustentado en 2012, que expresa que la educación mediática tiene que desenvolverse en dos ámbitos de trabajo: primero, el de la producción de mensajes propios y seguido, el de interacción con mensajes ajenos, de modo que se pueda conciliar “el espíritu crítico y estético con la capacidad expresiva, el desarrollo de la autonomía personal con el compromiso social y cultural”. (Ferrés & Piscitelli, 2012).

De ese modo, acorde con el modelo propuesto, la competencia mediática se desarrolla en torno a seis dimensiones básicas con sus respectivos indicadores. Las dimensiones se establecen en, lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y estética. Y a su vez, los indicadores en, ámbito de análisis y ámbito de expresión.

A continuación, se proyecta la definición de cada una de las dimensiones.

La dimensión del lenguaje hace referencia al entendimiento de los códigos que posibilitan el lenguaje audiovisual y la capacidad de utilizarlos para comunicarse de manera clara y efectiva.

Tabla 1. *Dimensión lenguaje*

Ámbito	Indicadores
Ámbito de análisis	Implica la capacidad de interpretar y valorar los códigos de representación en un mensaje, analizar mensajes considerando significado, sentido y convenciones narrativas y de género, comprender el flujo de información de diversos medios y establecer

Ámbito	Indicadores
Ámbito de expresión	relaciones entre textos, códigos y medios para crear conocimientos interrelacionados y sistematizados. No solo abarca la capacidad de expresarse a través de diversos sistemas de representación y significado, sino también la de seleccionar entre diferentes estilos y formas de representación según la situación comunicativa, el contenido a transmitir y el interlocutor.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

La dimensión de ideología y valores, aborda la comprensión y análisis de manera crítica sobre los mensajes audiovisuales, considerándolos como representaciones de la realidad y portadores de ideología y valores.

Tabla 2. *Dimensión ideología y valores*

Ámbito	Indicadores
Ámbito de análisis	Estas habilidades, van desde la comprensión de cómo las representaciones mediáticas influyen en nuestra percepción de la realidad hasta la evaluación ética de la información, el análisis crítico de identidades virtuales y la gestión emocional en la interacción con los medios.
Ámbito de expresión	Destaca la importancia de comprometerse de manera responsable como ciudadanos en la cultura y la sociedad a través de la elaboración y modificación de productos en el entorno comunicativo actual. Además, reflejan un compromiso social y cultural, destacando la influencia positiva que los individuos pueden ejercer en su entorno.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

La dimensión estética se centra en la habilidad de examinar y apreciar los mensajes audiovisuales desde una perspectiva de innovación tanto en su forma como en su contenido, así como en la educación del sentido estético.

Tabla 3. *Dimensión estética*

Ámbito	Indicadores
Ámbito de análisis	Destaca la necesidad de identificar categorías estéticas fundamentales, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, y las escuelas y tendencias. Estas competencias no solo enriquecen la experiencia al consumir medios, sino también fomentan una apreciación más profunda y crítica de la diversidad estética.
Ámbito de expresión	Habilidad de apropiarse y transformar producciones artísticas, promoviendo la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética. Pues no solo fomentan la expresión individual, sino que también enriquecen el entorno cultural al potenciar la creatividad y la apreciación estética.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

La dimensión de procesos de interacción (Recepción y Audiencia), se destaca regularmente, mediante la utilización de tecnologías digitales que permiten la participación y la interacción.

Tabla 4. *Dimensión procesos de interacción.*

Ámbito	Indicadores
Ámbito de análisis	Reconoce la importancia de ser conscientes y selectivos en la elección de los medios de comunicación, comprendiendo por qué ciertos contenidos son atractivos. También analizar cómo estos medios afectan emocional y cognitivamente, gestionando posibles conflictos entre sensaciones y opiniones.
Ámbito de expresión	Adopta una actitud activa al interactuar con las pantallas, considerándose como una oportunidad para construir una ciudadanía plena y lograr un desarrollo integral.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

La dimensión de procesos de producción y difusión, destaca la capacidad de elaborar mensajes audiovisuales y así mismo, entender su importancia en los entornos de comunicación actuales.

Tabla 5. *Dimensión procesos de producción y difusión.*

Ámbito	Indicadores
---------------	--------------------

Ámbito de análisis	Destaca la importancia de tener conocimientos básicos sobre sistemas de producción, técnicas de programación y mecanismos de difusión. Y esencial para conocer los códigos de regulación y autorregulación que impactan a los actores sociales, mostrando una actitud activa y responsable hacia ellos.
Ámbito de expresión	Fundamental para entender las etapas de producción y la infraestructura necesaria para proyectos individuales, grupales o corporativos y la importancia de trabajar colaborativamente en la creación de contenidos multimedia.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

Y, por último, la dimensión tecnológica destaca la importancia de poseer un conocimiento teórico sobre el funcionamiento de las herramientas que facilitan la comunicación audiovisual, permitiendo así la comprensión de cómo se elaboran los mensajes en este contexto.

Tabla 6. *Dimensión tecnológica*

Ámbito	Indicadores
Ámbito de análisis	Resalta el interés por comprender el papel de las tecnologías de la información y comunicación en la sociedad, así como sus posibles impactos. Además, la habilidad para interactuar de manera significativa con medios que amplían las capacidades y la suficiencia de gestionar las innovaciones tecnológicas que facilitan la comunicación multimodal y multimedial.
Ámbito de expresión	Significativo para utilizar de manera precisa las herramientas comunicativas en un entorno multimedia y multimodal. En términos de expresión, se resalta la habilidad para adaptar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos específicos. Además, se subraya la capacidad para crear y manipular imágenes y sonidos con plena conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

Nota: Elaboración a partir de Ferrés & Piscitelli (2012)

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y tipo de investigación

La presente investigación establece un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental. De acuerdo con Hernández. et. al. (2008), el estudio cuantitativo se rige por un patrón claro y organizado (el proceso), y es importante recordar que las decisiones clave sobre el método se deben tomar antes de recolectar los datos.

Así mismo, el autor antes mencionado, define el diseño no experimental como una investigación en la que no se manipulan las variables deliberadamente. En otras palabras, son estudios donde no se cambian deliberadamente las variables independientes para observar su efecto en otras variables.

3.2. Unidades de análisis

Toda investigación debe ser transparente y dispuesta a ser evaluada y cuestionada, y dicho proceso solo es viable cuando el investigador define con claridad la población bajo estudio y describe de forma explícita el proceso de selección de muestra (Hernández, 2020). Por ello, la población de esta investigación se proyecta a docentes de la zona rural, Suma en el cantón El Carmen.

Según Hernández, et. al. (2010) en las muestras no probabilísticas, la selección no se basa en la probabilidad, sino en decisiones vinculadas a la investigación o al que realiza la muestra. Este enfoque depende de las decisiones del investigador, no sigue procesos mecánicos ni fórmulas de probabilidad. La elección de muestras se guía por criterios específicos de investigación, determinados según los objetivos, diseño y contribución esperada del estudio.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas de investigación se agrupan según el tipo o diseño metodológico

aplicado en el estudio. Según Hernández (2010), estas se refieren a los procedimientos específicos y herramientas utilizadas para recopilar y analizar datos en una investigación.

La técnica a utilizar para esta investigación, es la encuesta. De acuerdo con Fachelli et al. (2016) la encuesta es una técnica muy común en el campo de la sociología, que ha salido del ámbito estricto de la investigación científica y se ha convertido en una actividad diaria en la que se participa en ciertos momentos.

A su vez, el instrumento que se emplea para la encuesta, es el cuestionario, adaptado de la propuesta de Arenas-Fernández, titulado, Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos, con la finalidad de describir de manera más completa el objeto de estudio.

En efecto, la adaptación de un instrumento de investigación es fundamental puesto que este medio o prueba debe demostrar validez y confiabilidad en el contexto de aplicación. De acuerdo con lo que establece Hernández S. et, al. (1997), cuando se utilice una prueba estandarizada como instrumento de medición, es recomendable elegir una desarrollada o adaptada por un investigador en el mismo contexto de estudio, con validación y confiabilidad comprobadas. En caso de seleccionar una prueba creada en un contexto diferente, es necesario adaptarla, realizar pruebas piloto para evaluar su validez y confiabilidad, y ajustarla a las condiciones de la investigación.

3.4. Técnicas de análisis de datos

El análisis de datos, incluye principalmente una amplia gama de pruebas inferenciales, además de informes descriptivos. De ese modo, la investigación se concibe a través de la herramienta Excel.

En efecto, Excel proporciona diversas funciones, como las relacionadas con "Estadísticas", "Matemáticas", "Texto", "Finanzas", entre otras, que ofrecen una variedad significativa de resultados útiles para investigaciones. (Pérez, G. 2006).

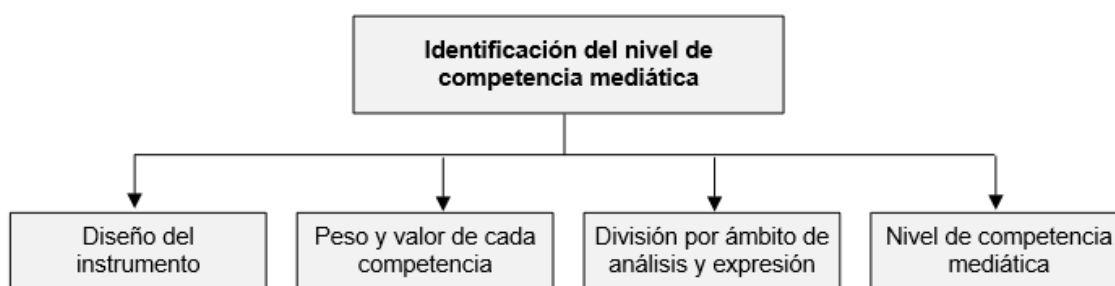
4. RESULTADOS

La investigación es un proceso que requiere un análisis de los resultados para demostrar su incidencia. En este capítulo se identifica el nivel de competencia mediática de los profesores, seguido del diseño de un plan de formación y finalmente un protocolo para evaluar su impacto.

4.1. Identificación del nivel de competencia mediática

En este resultado, se emplea el enfoque propuesto por Arenas (2012) para diagnosticar la competencia mediática.

Figura 1. Diseño del Instrumento



4.1.1. Diseño del instrumento

El protocolo inicia con la adaptación del instrumento propuesto por el autor antes mencionado, el cual consta de 34 preguntas (formulario) y está distribuido en las dimensiones: lenguaje, tecnología, estética, procesos de producción y difusión, procesos de interacción, e ideología y valores.

Tabla 7. Diseño del Instrumento

Dimensiones de la competencia	Cantidad de preguntas	Número de preguntas
Tecnología	7	6,8,14,15,18,23,31
Lenguaje	3	29,30,34

Dimensiones de la competencia	Cantidad de preguntas	Número de preguntas
Ideología y valores	7	7,9,10,12,17,24,25
Procesos de producción y difusión	9	11,13,16,19,20,22,26,27,28
Estética	2	32,33
Procesos de interacción	1	21

4.1.2. Peso y valor por competencia

Para establecer el nivel general de competencia, se asume que cada una tiene el mismo peso. El autor proponente, desagrega estas dimensiones en cincuenta y cinco indicadores. Por lo tanto, en este trabajo se ha determinado que el peso de cada dimensión dependerá del número de indicadores que se consideren.

Con el total de indicadores, el peso de cada uno sería de 1,818. Al multiplicar este peso por el número del antes mencionado de cada dimensión, se obtiene un peso específico para cada una, lo que resulta en diferentes ponderaciones para las dimensiones, como se muestra en la [tabla 11](#).

Tabla 8. Peso y Valor

Dimensión de la competencia	Número de indicadores por dimensión	Peso por indicador	Peso por dimensión	Valor de ponderación
Lenguaje	7	1,818	12, 73	0,13
Tecnología	7	1,818	12, 73	0,13
Procesos de interacción	11	1,818	21,82	0,22
Procesos de producción y difusión	12	1,818	20	0,20

Dimensión de la competencia	Número de indicadores por dimensión	Peso por indicador	Peso por dimensión	Valor de ponderación
Ideología y valores	12	1,818	21,82	0,22
Estética	6	1,818	10,91	0,11

4.1.3. División por ámbito de análisis y expresión

Una vez identificado el peso y valor de cada competencia, es pertinente indicar que el modelo de dimensiones de la competencia mediática se distingue en dos áreas principales: una centrada en el análisis y otra en la expresión. En el análisis, se hace referencia a las habilidades para comprender e interpretar los elementos vinculados a cada una de las dimensiones, mientras que la expresión se refiere a las acciones que el individuo puede llevar a cabo con el conocimiento adquirido.

De acuerdo con lo anterior, el número de indicadores varía según el ámbito evaluado, con 33 indicadores correspondientes al área de análisis y 22 al área de expresión. La combinación de ambos ámbitos proporciona una evaluación integral de las competencias del individuo, abarcando tanto la comprensión profunda como la habilidad comunicativa.

Tabla 9. Resultado de análisis y expresión

Dimensiones	Indicadores de análisis	Peso por ámbito de análisis	Indicadores de expresión	Peso por ámbito de expresión
Lenguaje	4	7,27	3	5,45
Tecnología	4	7,27	3	5,45
Estética	4	7,27	2	3,64
Procesos Prod. y Dif.	4	7,27	7	12,73
Procesos Inte.	8	14,55	4	7,27
Ideolo. Y valores	9	16,36	3	5,45

Dimensiones	Indicadores de análisis	Peso por ámbito de análisis	Indicadores de expresión	Peso por ámbito de expresión
Total	33	60,00	22	40,00

4.1.4. Nivel de competencia mediática de los profesores

Una vez definido el instrumento en función al valor, peso y división por ámbitos, se aplica el instrumento planteado, para lo cual se trabaja con la siguiente escala:

Tabla 10. Escala de calificación y porcentaje de logro

Niveles de la competencia	Escala de calificación	Porcentaje de logro
Mínima	Entre 0,00 y 0,75	25% o menos
Básica	Entre 0,76 y 1,50	Entre 25,01% y 50,00%
Media	Entre 1,51 y 2,25	Entre 50,01% y 75,00%
Avanzada	Entre 2,26 y 3,00	Entre 75,01% y 100,00%

Bajo esta propuesta, el instrumento arroja como resultado final, que el nivel de competencia mediática de los profesores, es medio, con una calificación total de 2,25 / 3.

Por ello, los datos proporcionados en la [tabla 11](#) demuestran que la dimensión, procesos de producción y difusión, es la de mayor conocimiento, mientras que la dimensión de procesos de interacción es la que presenta deficiencia, en función del promedio ponderado. A continuación, se aprecia la tabla ponderada por dimensión:

Tabla 11. Niveles de la competencia mediática

Dimensión de la competencia	Valor de Ponderación	Calificación por Dimensión	Porcentaje de logro	Nivel de la competencia
Lenguaje	0,13	1,96	65%	MEDIO
Procesos de interacción	0,22	1,77	58%	MEDIO
Procesos de producción y difusión	0,20	2,94	98%	AVANZADA
Ideología y valores	0,22	2,25	75%	AVANZADA
Estética	0,11	2,23	74%	MEDIO
Tecnología	0,13	2,26	75%	AVANZADO
Calificación de la competencia		2,25	75%	MEDIO

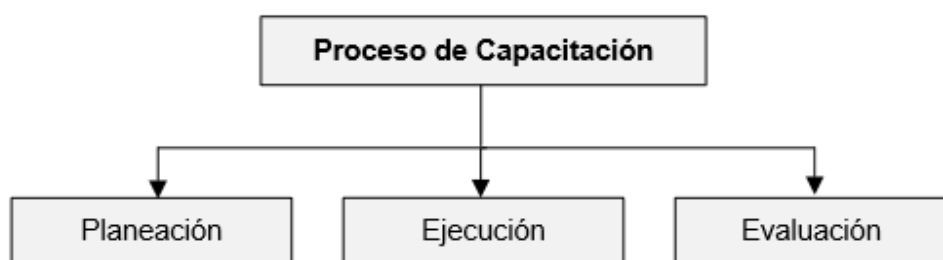
Es importante mencionar que, aun cuando existen dimensiones desarrolladas en nivel medio, según la percepción del docente, es imperativo enfocar los esfuerzos en fortalecer las áreas de Lenguaje, Procesos de Interacción y Estética. Al mismo tiempo, se debe continuar perfeccionando las habilidades en Tecnología y Procesos de Producción y Difusión e Ideología y Valores para mantener un nivel avanzado y adaptarse a los cambios y avances en el ámbito mediático.

4.2. Plan de formación

La capacitación es un proceso formativo que se lleva a cabo de manera sistemática y organizada, mediante el cual se busca mejorar las habilidades, conocimientos y competencias de los individuos.

Como antecedente, es importante mencionar que la unidad educativa en estudio únicamente ha permitido realizar el diagnóstico, por lo cual, no se ha logrado una investigación experimental. Se han realizado esfuerzos para aplicar una propuesta de intervención, pero los aspectos de forma a nivel legal y logístico han disipado su ejecución. Sin embargo, este estudio corresponde a una macro investigación de competencia mediática, por lo cual, se ha presentado la oportunidad de aplicar un piloto en la Unidad Educativa El Esfuerzo, en el cantón de Santo Domingo para abordar la dimensión de ideología y valores ([anexo](#)). Ahora, con respecto al plan de formación propuesto, que atiende las necesidades de la Unidad Educativa SUMA, se realiza bajo el *frame* planteado por (Grados 2009, como se citó en Alcívar & Beltrán, 2015).

Figura 2. Proceso de Capacitación



4.2.1. Planeación

El proceso de formación inicia con la planeación, la cual es necesaria para llevar a cabo la ejecución del proyecto. Se configura como una fase inicial necesaria de preparación. Bajo una perspectiva sistémica, cada proceso es importante y determinante. Además, busca proporcionar una visión integral del proceso de capacitación y su impacto, facilitando la comprensión y el análisis crítico del proyecto desde múltiples perspectivas.

4.2.1.1. Diagnóstico

El diagnóstico orienta las decisiones y estrategias a implementar a lo largo de la investigación, asegurando que las intervenciones sean pertinentes y efectivas. Por ello, esta fase se suple a través del primer resultado el cual demuestra que el nivel de competencia de los profesores es medio, identificando que la dimensión de procesos de producción y difusión es la más alta en contraste con procesos de interacción, la cual es más baja, así como se explica a detalle en la tabla 11

4.2.1.2. Objetivo

Contribuir en la formación docente en competencias mediáticas con el fin de construir una sociedad crítica e informada.

4.2.1.3. Syllabus

Este, alude al programa o esquema del curso académico, el cual está compuesto por los temas a abordar, actividades con base a las 7 dimensiones y los resultados de aprendizaje que se pretenden lograr.

Tabla 12. Syllabus

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total, Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencial)		
Ayudar al docente a desarrollar las habilidades y competencias necesarias para abordar eficazmente estos temas en el aula y promover un entorno educativo inclusivo y ético.	1	1. IDEOLOGÍA Y VALORES 1.1. Prevención del sesgo y la discriminación. 1.2. Diversidad e inclusión. 1.3. Ética y responsabilidad en el uso de medios.	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 	6	Elaboración de una infografía en función al vídeo. Como evitar sesgos y discriminación en la ética de la inteligencia artificial. https://lc.cx/xh5iYJ Investigación y análisis. Estudio de caso: La gestión de la diversidad e inclusión en Google. https://lc.cx/d3p5wD Elaboración de un podcast en función al artículo. Integridad y ética de los medios de comunicación. https://lc.cx/Dacah
Mejorar la calidad y efectividad de su enseñanza, utilizando herramientas digitales y técnicas de diseño que hagan el aprendizaje más atractivo y accesible para	2	2. ESTÉTICA 2.1. Fundamentos de estética visual y narrativa en medios digitales. 1.2. Principios de diseño gráfico y audiovisual para	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 	6	Elaboración de una presentación. ¿Cómo nació la estética? https://lc.cx/2B09Ry Elaboración de un informe en función al artículo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total, Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencial)		
sus estudiantes.		la creación de contenido multimedia.					<p>Narrativas digitales como didácticas y estrategias de aprendizaje en los procesos de asimilación y retención del conocimiento.</p> <p>https://lc.cx/mxzemH</p> <p>Actividad práctica. Elaboración de un vídeo. URL: El papel del diseño gráfico en el ámbito multimedia: una exploración detallada. https://lc.cx/D-85Vb</p>
Promover estrategias para que el docente enseñe a sus estudiantes a ser ciudadanos informados, críticos y responsables en un mundo mediático en constante evolución.	3	<p>3. PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN</p> <p>1.1. Desarrollo de habilidades de comunicación efectiva en entornos mediáticos.</p> <p>1.2. Investigación y Curación de Contenidos.</p> <p>1.3. Técnicas de Producción Audiovisual Educativa.</p>	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 	6	<p>Foro/Debate. URL: Comunicación Efectiva • Cómo Mejorar La Comunicación https://lc.cx/nSQD52</p> <p>Análisis y comprensión. URL: Habilidades comunicativas - 5 aspectos para mejorar las habilidades comunicativas. https://lc.cx/4Nmc8B</p> <p>Elaboración de un informe en función al artículo.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total, Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencial)		
							Curación de contenidos: Mejores herramientas para impulsar tu estrategia de marketing. https://lc.cx/EA7I8U
Incluir una comprensión más amplia y adquirir conocimientos sobre cómo integrar estas habilidades y conceptos en su práctica educativa para mejorar la experiencia de aprendizaje de sus estudiantes.	4	4. PROCESOS DE INTERACCIÓN 1.1. Semiótica. 1.2. Uso de herramientas y plataformas de comunicación digital en entornos educativos.	13	6	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 	8	<p>Elaboración de un podcast. URL: ¿Qué es la SEMIÓTICA? https://lc.cx/laHTz-</p> <p>Investigación y análisis. Estudio de caso: La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir https://lc.cx/R9CrUA</p> <p>Elaboración de una infografía en función al artículo. Herramientas Digitales Educativas: Transformando la forma de aprender. https://lc.cx/j7_fhB</p>
Mejorar sus competencias en comunicación digital, análisis crítico de contenidos mediáticos y	5	5. LENGUAJE 1.1. Comunicación Efectiva en Medios Digitales. 1.2. Análisis Crítico de Contenidos Mediáticos.	10	5	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral 	7	Análisis e informe. URL: Comunicación efectiva en entornos digitales. https://lc.cx/nY0YA-

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total, Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencial)		
escritura creativa, beneficiando así su práctica pedagógica y el aprendizaje de sus estudiantes.		1.3. Escritura creativa.			<ul style="list-style-type: none"> • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 		<p>Elaboración de una presentación. Cómo crear una estrategia de comunicación digital efectiva. https://lc.cx/NWmu0V</p> <p>Actividad práctica. Elaboración de un vídeo. URL: Escritura creativa: ¿Qué es y cómo se implementa? https://lc.cx/eKxMEO</p>
Adquirir habilidades para integrar estas áreas en su enseñanza, promoviendo el uso responsable y crítico de la tecnología, así como la comprensión de los medios de comunicación y la información.	6	<p>6. TECNOLOGÍA</p> <p>1.1. Inteligencia Artificial.</p> <p>1.2. Educomunicación.</p> <p>1.3. Alfabetización mediática e informacional.</p>	10	4	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida. • Formación de equipos. • Clase Magistral • Actividad recreativa. • Taller grupal. • Conclusiones. 	6	<p>Elaboración de un podcast en función al artículo. Inteligencia Artificial https://lc.cx/0azg8-</p> <p>Análisis y comprensión. La educomunicación y su aplicación en el contexto audiovisual y digital https://lc.cx/ABhSDR</p> <p>Elaboración de una presentación. Comunicación, alfabetización mediática e informacional AMI y aprendizaje.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Semana	CONTENIDOS (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	Total, Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje en contacto con el docente		Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo
				Horas	Sincrónico (Presencial)		
							https://lc.cx/0n9vU
Finalización	10	FECHA: 22/06/2024 Clausura del curso de formación a los docentes	67	27		40	

4.2.2. Ejecución

4.2.2.1. Recursos

Para asegurar una experiencia de aprendizaje integral y efectiva, en el siguiente apartado se dará a conocer los materiales que se tomarán en cuenta para dicha capacitación.

- Material de lectura adicional, como artículos y estudios de caso. Estos ayudan a proporcionar información más detallada y específica sobre los temas tratados en la capacitación.
- Infraestructura: Tener en cuenta que las instalaciones se encuentren en buen estado para de esta manera brindar comodidad a los respectivos docentes.
- Mobiliario: Tener en consideración que el aula a utilizar cuenta con las respectivas sillas y mesas para que puedan trabajar de manera adecuado, al igual que pizarras y otros materiales.

4.2.2.2. Presupuesto

A continuación, se presenta la tabla de presupuesto estimada del proyecto, la cual desglosa los costos asociados a cada una de las fases del mismo.

Tabla 13. Presupuesto

Rubros	Cantidad	Costo unitario	Total
Movilización			
Alquiler de buseta	3	\$75,00	\$300,00
Materiales y suministros			
Certificados a los asistentes	27	\$1,20	\$32,40

Alimentación			
Refrigerios	132	\$1,25	\$165,00
TOTAL			\$497,40

4.2.2.3. Cronograma de actividades

En esta fase se establece la herramienta de planificación que organiza y, a su vez detalla las tareas o actividades a realizarse en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 14. Planeación de Cronograma

EJECUCIÓN DE PLANIFICACIÓN			
RESULTADO DE APRENDIZAJE			
Los docentes de la zona rural habrán desarrollado una comprensión profunda sobre la influencia de las diferentes dimensiones de la competencia mediática para integrar de manera efectiva estos conocimientos en su práctica educativa, promoviendo así el análisis crítico y la selección ética de medios en sus estudiantes.			
DESARROLLO DE CONTENIDOS			
Inicio	Fin	Responsable	Actividad
10:00	10:30	Persona 1	Bienvenida
10:30	10:45	Persona 1	Presentación
10:45	11:00	Persona 2	Formación de equipos.
11:00	11:30	Persona 1	Clase Magistral
11:30	11:50	Persona 3	Refrigerio
11:50	12:30	Persona 1 y 2	Actividad Practica
12:30	13:00	Persona 1 y 2	Taller grupal.
13:00	13:00	Persona 1 y 2	Conclusiones.

4.2.3. Evaluación

4.2.3.1. Valoración de la formación

La capacitación se concibe a través de un enfoque integral que incluye varias fases y métodos para asegurar una comprensión completa de su efectividad.

Para esto, al ser partícipes del programa de capacitación, en torno a la dimensión de ideología y valores, se aplica un test ([formulario](#)) que permitirá una comparación directa entre los resultados pre y post capacitación, y de esa manera identificar si la formación ha tenido un impacto positivo en el desarrollo de competencias mediáticas en los docentes.

4.3. Evaluación final

Finalmente, a pesar de la limitación en la parroquia inicialmente seleccionada para llevar a cabo la encuesta, se logró adaptar un plan piloto en la parroquia El Esfuerzo. En este contexto, se elaboró un post test (formulario) que mantuvo una relación directa con el pre test inicial utilizado antes de la formación. Ambos, diseñados de manera consistente, permiten medir y comparar los resultados obtenidos por los docentes antes y después del proceso de capacitación.

Este enfoque no solo facilita una evaluación rigurosa del impacto del plan piloto, sino que también brinda insumos valiosos para futuras mejoras en la estructura de la formación y en su implementación en otros contextos educativos rurales.

5. DISCUSIÓN

Este apartado es fundamental para sugerir nuevas direcciones a futuras investigaciones, abriendo caminos para el avance continuo del conocimiento en el campo de estudio. A su vez, a lo largo de este análisis, se confrontarán las teorías existentes con los resultados obtenidos y se discutirá el impacto de las diversas posturas sobre el campo de investigación.

De acuerdo con el primer resultado, los docentes encuestados evidencian un nivel medio de competencia mediática, con un porcentaje general de logro del 75%, aunque con variaciones notables en cada una de las dimensiones analizadas. La diferencia en las seis dimensiones de la competencia mediática muestra que, procesos de producción y difusión obtuvo un nivel avanzado con un porcentaje de logro del 98%, lo que refleja habilidades necesarias para crear, evaluar, y compartir contenido en el entorno mediático actual. Mientras que, procesos de interacción obtuvo un nivel medio con un porcentaje de logro del 58%. Este resultado sugiere que, aunque hay avances notables en la gestión de las interacciones, todavía existen oportunidades para optimizar estos procesos y alcanzar un nivel superior de efectividad.

Así mismo, en la investigación que propone Arenas (2022), en torno al grupo poblacional de docentes universitarios, el nivel correspondiente a la competencia mediática es medio, con un porcentaje de logro del 68%, en el cual considera que, aunque los profesores reconocen la influencia de los medios de comunicación en sus actividades profesionales, personales y sociales, existe una notable falta de conocimiento en áreas como la narrativa *transmedia*, las *webquest*, los videojuegos y los *creative commons*. Estas brechas de conocimiento indican áreas donde se necesita mejorar, puesto que un nivel medio de competencias mediáticas podría no ser suficiente para cerrar la brecha digital de manera efectiva.

De esta manera los docentes con competencia mediática de nivel medio pueden enfrentar dificultades para ejercer plenamente su ciudadanía. Esto afecta su capacidad para guiar a los estudiantes hacia una ciudadanía informada y racional. (Ferrés, et. al. 2011). Además, como dice Cabello (2011), es fundamental fomentar un debate y una intervención sobre el perfil de las personas que se necesitan formar, en particular, sobre las áreas de competencia mediática que deben dominar los docentes para enfrentar el desafío de guiar estos procesos de formación en contextos específicos. Esto implica identificar las necesidades de capacitación en el uso de tecnologías, de manera que estas herramientas contribuyan eficazmente a mejorar los procesos y prácticas educativas.

En este contexto, el estudio aplicó un plan de formación a pesar de las limitaciones de la Unidad Educativa donde se realizó el pre test. Esta iniciativa es clave al proporcionar una guía práctica sobre cómo aplicar los resultados en el ámbito educativo profesional. Al finalizar el programa, se utilizó un test para medir los progresos y cambios en las competencias de los docentes, comparando los resultados pre y post capacitación para evaluar el impacto en las competencias mediáticas. Dado el desafío, el proyecto se adaptó y se ejecutó en la parroquia El Esfuerzo, que brindó apoyo y facilitó las actividades, permitiendo una recolección efectiva de datos y la implementación exitosa de la capacitación.

Según la UNESCO (2013), recomienda a las autoridades desarrollar programas de formación específicos para educadores y diversos tipos de animadores y mediadores. Estos cursos deben enfocarse en mejorar el conocimiento y comprensión de los medios de comunicación y en familiarizar a los participantes con métodos de enseñanza adecuados. Asegurar una educación accesible, justa y de alto nivel, así como promover estrategias de aprendizaje continuo, sigue siendo una prioridad, especialmente en un contexto donde cerca de una quinta parte de los niños a nivel mundial no tiene acceso a la educación escolar.

Además, Gonzalvez, et. al. (2014) destaca que una manera efectiva de contribuir a la formación en competencias mediáticas es a través del diseño de cursos y talleres que refuercen tanto la competencia mediática como las habilidades docentes. Por ello, la formación es primordial, ya que no solo mejora el acceso a saberes técnicos y científicos específicos, sino que también promueve una comprensión crítica y cívica del entorno comunicativo.

En la actualidad, se usan constantemente diversos aparatos y herramientas de comunicación en nuestras actividades diarias. No obstante, el simple uso de estos dispositivos no asegura que se desarrollen las habilidades necesarias para manejarlos de manera efectiva y crítica. Según Silver (2009), la competencia mediática se define como "la habilidad para acceder a los medios de comunicación, entender y evaluar críticamente sus contenidos y su construcción, así como para crear comunicaciones en diferentes contextos" (p. 19).

Sin embargo, Cortés-Montalvo (2016) manifiesta que, hasta el momento, los programas de formación profesional universitaria han prestado escasa atención al entorno mediático, a pesar de que la información mediática es fundamental para construir nuestra percepción de la realidad social, tanto individual como colectivamente.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- La identificación inicial mostró una amplia variabilidad en los niveles de competencia mediática entre los profesores rurales. En cuanto algunos demuestran una buena comprensión y manejo de nuevas tecnologías, otros tienen un conocimiento limitado.
- La carencia de competencias mediáticas afecta negativamente a la calidad de la enseñanza, restringiendo la integración de herramientas digitales y tecnológicas en las prácticas pedagógicas.
- Existe cierto desinterés de parte de los docentes para la aplicación de una formación continua, lo que a su vez impacta en la homogeneidad del aprendizaje de los estudiantes.
- El plan incorpora metodologías activas, como talleres prácticos y actividades colaborativas, que promuevan un aprendizaje significativo y la aplicación directa de los conocimientos adquiridos en el aula.

6.2. RECOMENDACIONES

- Implementar un programa de formación continua y específica para los educadores rurales en competencias mediáticas. Este programa debería centrarse no solo en la transmisión de conocimientos teóricos, sino también en el desarrollo de habilidades prácticas aplicables directamente en el entorno educativo rural.
- Emplear metodologías participativas y prácticas, como talleres interactivos y estudios de caso, para involucrar activamente a los profesores.
- Es esencial incluir módulos dedicados al uso efectivo de la tecnología, especialmente en la integración de herramientas como la inteligencia artificial, para

elevar la excelencia educativa y preparar a los docentes para abordar los retos contemporáneos.

7. REFERENCIAS

- Alcívar, G.N & Beltrán, S.A. (2015). *Diseño y ejecución de una capacitación de proyectos de emprendimiento turístico para el Segundo y tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa Alluriquín, cantón Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.*
https://issuu.com/pucesd/docs/dise_o_y_ejecuci_n_de_una_capacit
- Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0.* Editorial Gedisa, S.A
https://www.researchgate.net/publication/341152415_Educomunicacion_mas_alla_d_el_20
- Arenas Fernández, A. H. (2022). *Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos* [Tesis de doctorado, Universidad de Huelva] Repositorio Institucional.
https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/arturo_C_284.pdf
- Bonilla, M. & Aguaded, I. (2011). *La escuela en la era digital: smartphones, apps y programación en educación primaria y su repercusión en la competencia mediática del alumnado.*
<https://core.ac.uk/download/pdf/196608669.pdf>
- Cabello, R. (2013). *Migraciones digitales Comunicación, educación y tecnologías digitales interactivas.* E-Book.
<https://saltheebooks.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Cabello-Migraciones-digitales.pdf>
- Castellano, D.N & Sinmaleza, K.A. (2022). *Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo.* Tesis de Grado.
https://issuu.com/pucesd/docs/tt_castellano_dayra_y_sinmaleza_krystel
- Cortés-Montalvo, J. A., Romero-Rodríguez, L. M., & Bacher, S. (2016). Media literacy in the education of the faculty and communicators. *The journal of media literacy*, 63(1-2), 92-100.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Media+Literacy+in+the+Education+of+the+Faculty+and+Communicators&btnG=

Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4184243.pdf>

Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2011). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *REVISTA COMUNICAR* 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293; *Edición Preprint*.

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

Gozálvez Pérez, V., García-Ruiz, R., & Aguaded-Gómez, J. I. (2014). La formación en competencias mediáticas: una cuestión de responsabilidad ética en educación superior. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 28(1), 17-28.

<https://www.redalyc.org/pdf/274/27431190002.pdf>

Hernández, S., Mendoza, Ch., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, sexta edición. boooks.medicos.org.

<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hernández, S. Fernández, C. Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*, quinta edición.

https://www.academia.edu/20792455/Methodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_5ta_edici%C3%B3n_Roberto_Hern%C3%A1ndez_Sampieri

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2021). *Indicadores de Tecnología de la Información y Comunicación. Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. Boletín Técnico.

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

- Muñoz, P. (2020). *Educomunicación, Discapacidad y Ciudadanía. Estrategia de Educomunicación para la formación ciudadana de poblaciones en riesgo de exclusión*. [Doctorado Interuniversitario de Comunicación].
<https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/H124.pdf>
- Organización de los Estados Americanos (OEA). *TECNOLOGÍA: Expansión y acceso TIC*. Cumbres de las Américas.
http://www.summit-americas.org/sisca/sci_ict_expn_sp.html
- Pedro, L.R & Sandra, F. (2010). *Metodología de la investigación. Social cuantitativa*. [Dipòsit Digital de Documents].
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Pérez González, L. O., (2006). *Microsoft Excel: una herramienta para la investigación*. *MediSur*, 4(3), 68-71.
<https://www.redalyc.org/pdf/1800/180019873015.pdf>
- Proyecto: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. (ARCOTEL) (2021) “Dotación de servicios de telecomunicaciones en las zonas priorizadas – Familia Digital”_
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Familia-Digital-Documento.pdf>
- Registro oficial. (2011). *Órgano del gobierno del Ecuador*. Artículo 347.
https://oig.cepal.org/sites/default/files/2011_leyeducacionintercultural_ecu.pdf
- Rey, J.,Hernandez-Santaolalla, V., Silva-Vera, F., & Meandro-Fraile, E. (2017). *Alfabetización Mediática y Discurso Publicitario en tres centros escolares de Guayaquil*. *Convergencia* 24 (74), 187-207, doi.
<https://convergencia.uaemex.mx/article/view/4388/2782>
- Robles Garrote, P. y Rojas, M. D. C. (2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada* (2015) 18.

https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf

Rosa, G.R, Amor, P.R y Ángel, T. (2018). *Educación para los nuevos Medios Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Editorial Universitaria Abya-Yala.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17049/1/Educacion%20para%20los%20nuevos%20medios.pdf>

Ruiz, A. B. M. (2010). Formación docente en TICS. ¿Están los docentes preparados para la (r) evolución TIC?. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), 35-44.

<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832327003.pdf>

Silver, A. (2009). *Aproximación europea a la educación en medios: avanzando hacia una sociedad del conocimiento inclusiva*. *Comunicar*, XVI (32), 19-20. (2022).

<https://www.revistacomunicar.com/pdf/32/05-prologo-silver.pdf>

Sheila, P.T. (2022). *Alfabetización mediática en la Unión Europea: Evaluación del proyecto de formación del profesorado " Media in Action"*. Doctorado Interuniversitario en Comunicación Huelva, España.

https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/sheila_C_277.pdf

UNESCO (2012). *Alfabetización mediática e Informativa: Currículum para profesores*.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>

UNESCO (2013). *Enfoques estratégicos sobre las TIC en Educación en América Latina y Caribe*. Chile.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000223251>

UNESCO (Ed.) (2013a). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines*.

United Nations Educational.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

United Nations Alliance of Civilisations (UNAOC), Artículo 19. Los beneficios y requisitos de AMI.

<http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/los-beneficios-y-requisitos-de-ami/?lang=es>

8. ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de Profesores de Educación Básica

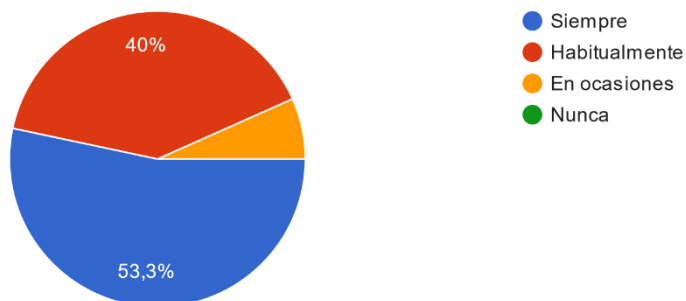
¿Considera usted que los docentes de zonas rurales tienen conocimientos suficientes sobre cómo usar diferentes tipos de medios de comunicación para enseñar?

15 respuestas



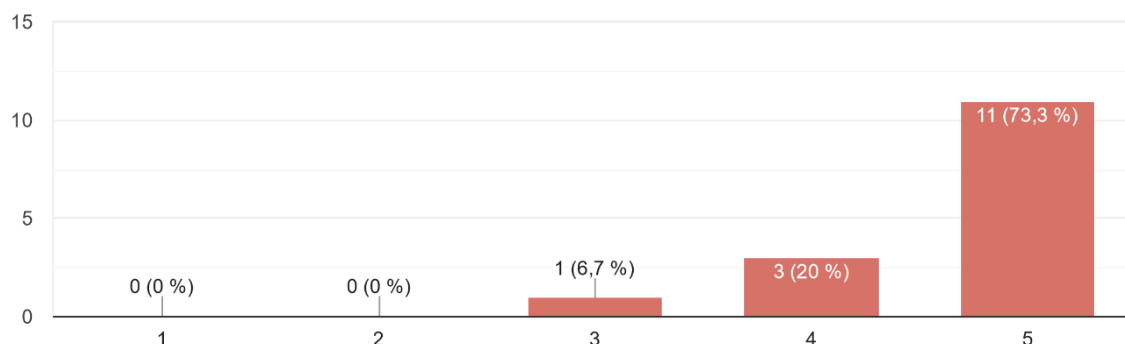
¿Reconoce usted la importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes? La alfabetización mediática se refiere a la capacidad de crear mensajes en diversos medios de comunicación.

15 respuestas



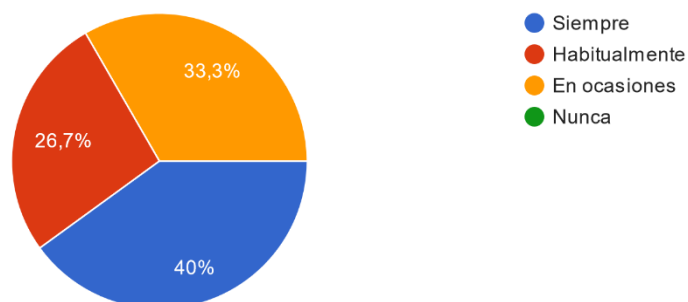
¿Cómo valora usted que los profesores utilicen los medios de comunicación de manera responsable y efectiva en sus clases?

15 respuestas



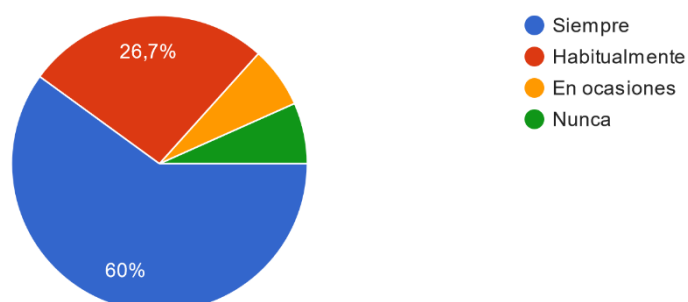
¿Con qué frecuencia usted realiza actividades para que sus estudiantes promuevan el uso responsable de los medios de comunicación?

15 respuestas



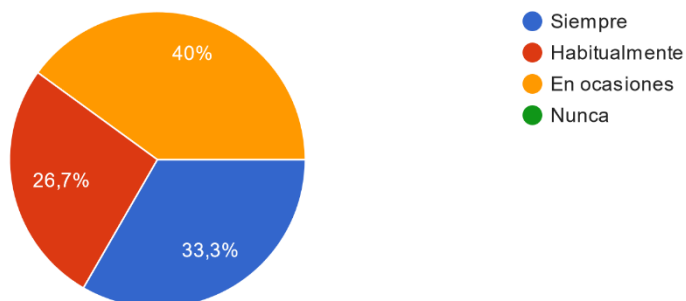
¿Fomenta entre sus estudiantes la iniciativa de denunciar malas prácticas o usos inapropiados de los medios de comunicación, las redes sociales y el internet?

15 respuestas



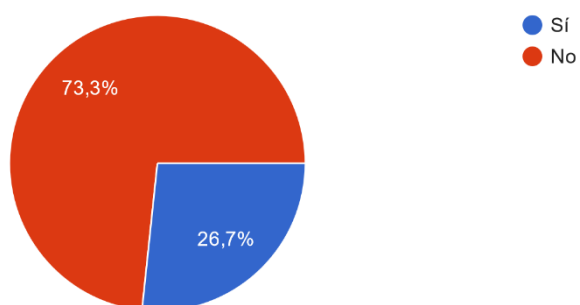
¿Usted fomenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula, mediante contenido audiovisual en los medios emergentes? La producción de contenido audiovisual ha crecido considerablemente y han ganado relevancia en los medios.

15 respuestas



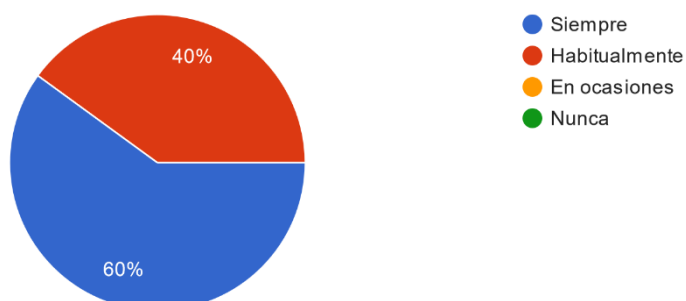
¿Considera usted que los docentes son los únicos responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes?

15 respuestas

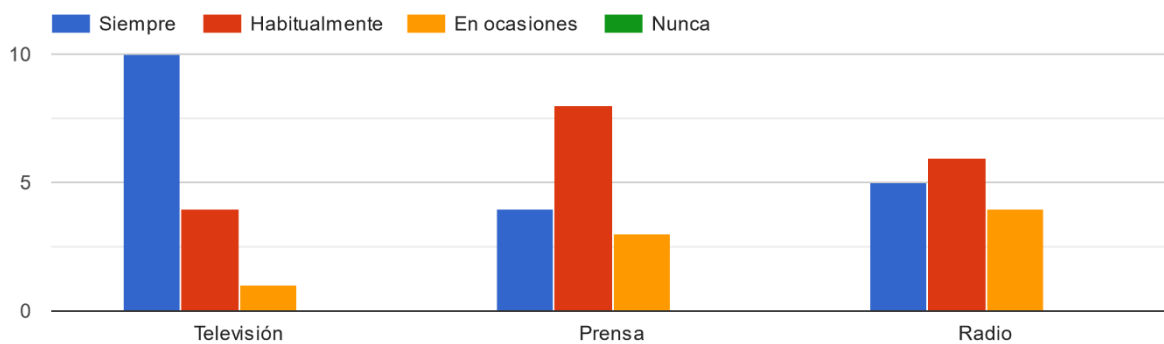


¿Con qué frecuencia usted reconoce las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en su vida profesional?

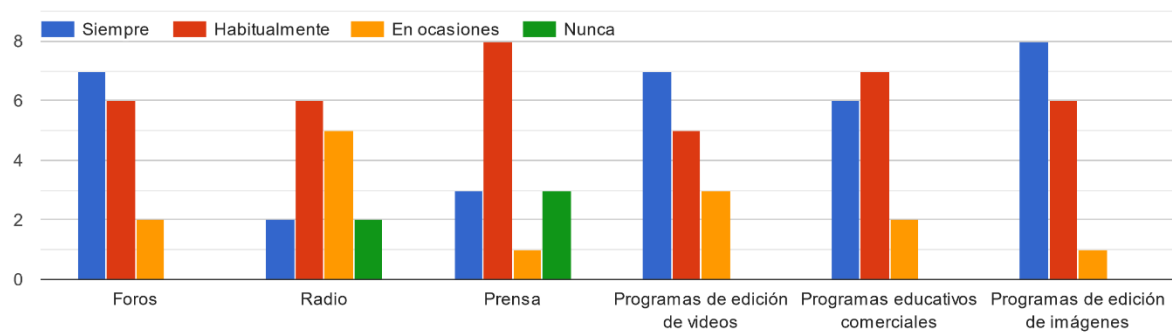
15 respuestas



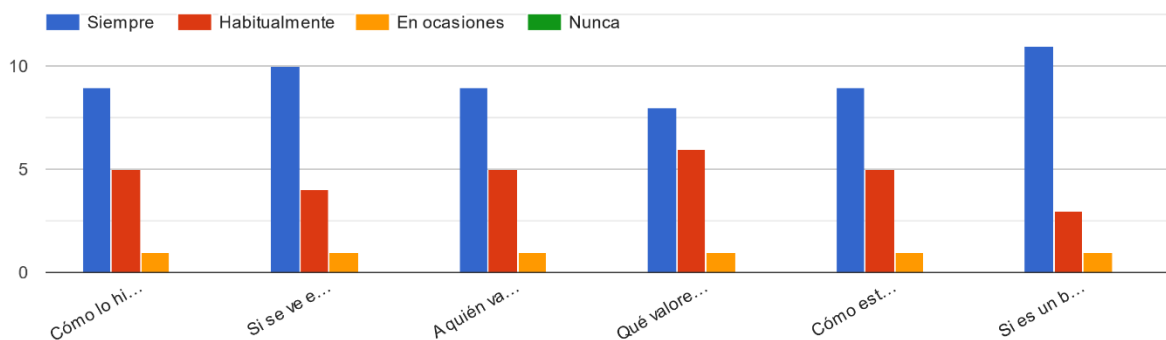
¿Con qué frecuencia influyen los siguientes medios de comunicación tradicional en su actividad profesional?



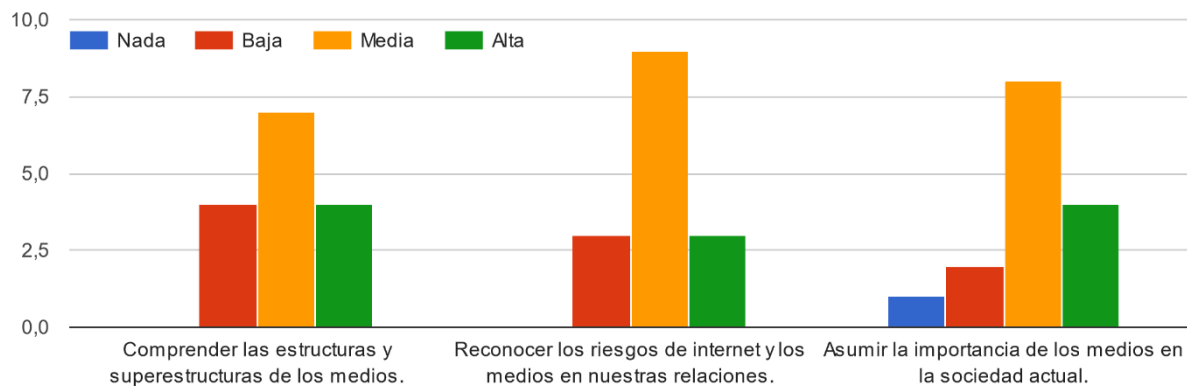
¿Con que frecuencia utiliza usted los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones y contrastar información?



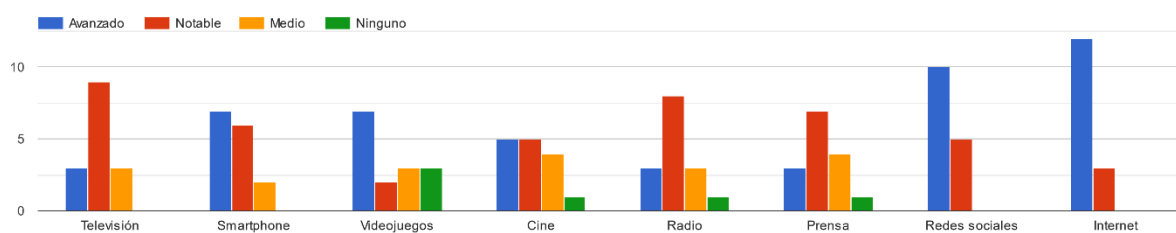
Cuando usted selecciona materiales de los medios de comunicación para impartir sus clases, tiene en cuenta: Medios: Revistas, sitios web, videos, podcast, programas de radio.



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

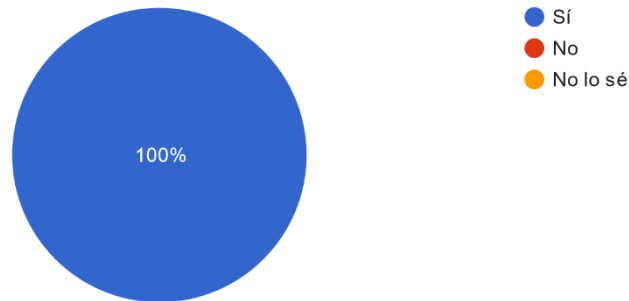


¿Cuál considera usted que es su nivel de dominio de los siguientes medios de comunicación clásicos y emergentes? Los medios emergentes se refieren a canales de comunicación o plataformas que han surgido recientemente y que han ganado relevancia.



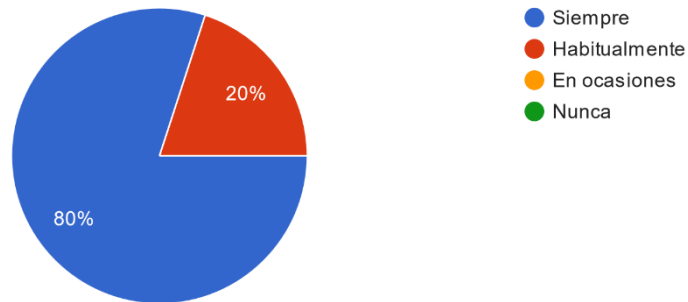
¿Considera usted que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en su vida, tanto a nivel personal como social?

15 respuestas

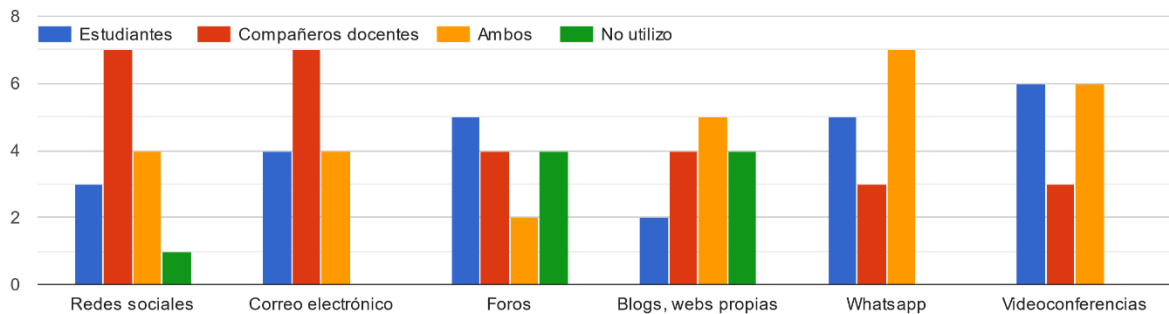


¿Usted prioriza la búsqueda de información significativa y relevante para su vida?

15 respuestas

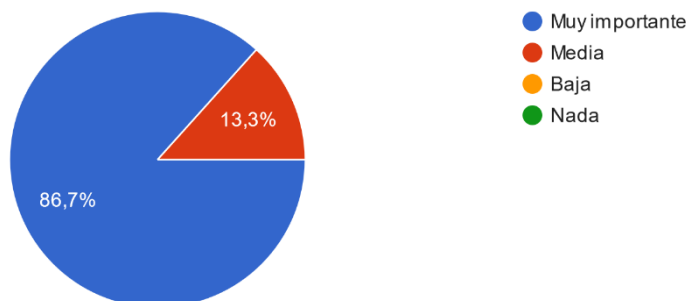


Seleccione el medio de comunicación interactivo que usted utiliza para comunicarse con los siguientes actores: El medio de comunicación interactivo es aquel ...ando un comentario o incluso compartiendo la publicación.



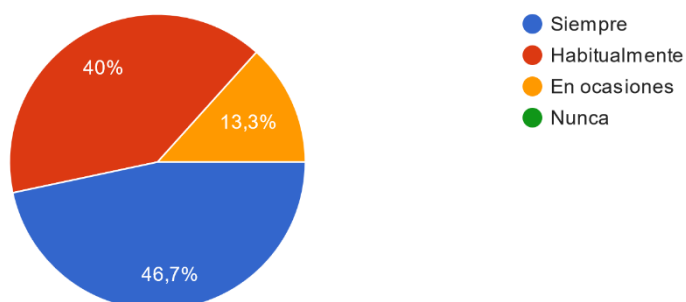
¿Qué tan relevante considera sintetizar la información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación?

15 respuestas



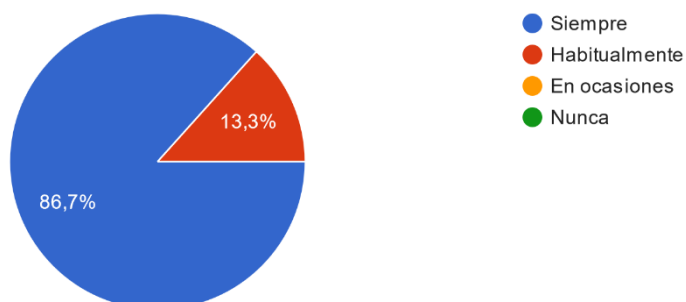
¿Con qué frecuencia considera usted que utiliza correctamente las herramientas para diseñar y difundir creaciones o productos mediáticos? El p... y distribuido a través de medios de comunicación.

15 respuestas



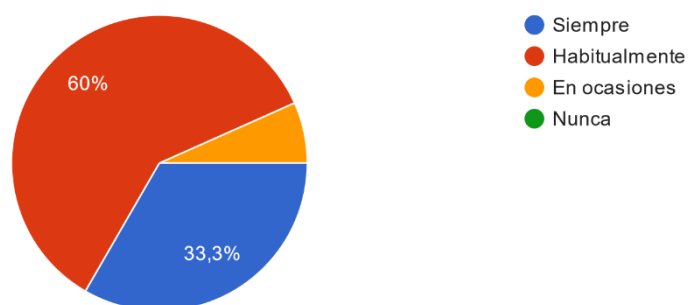
¿Tiene usted en cuenta los valores (transparencia, honestidad e integridad, etc) que desea comunicar a través de sus mensajes?

15 respuestas

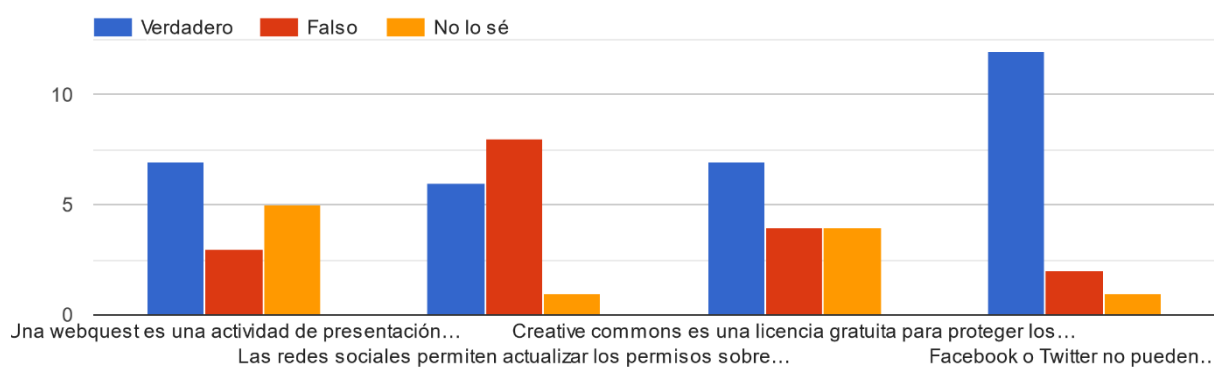


¿Usted reconoce la ideología que se transmite a través de una creación o producto mediático? El producto mediático es el contenido o mensaje crea... comunicación, por ejemplo: videos, podcast, etc.

15 respuestas

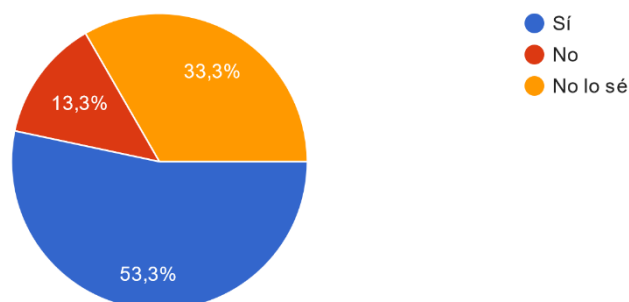


Identifique si los siguientes enunciados son correctos o no.



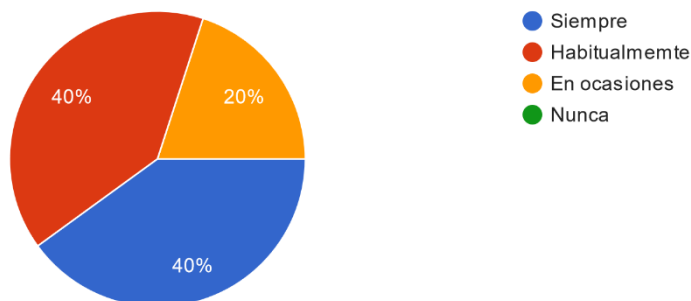
¿En su país existen códigos deontológicos que regulan los contenidos que emiten los diferentes medios de comunicación? Los códigos deontológicos...rvención a nivel social, cultural y educativo.

15 respuestas



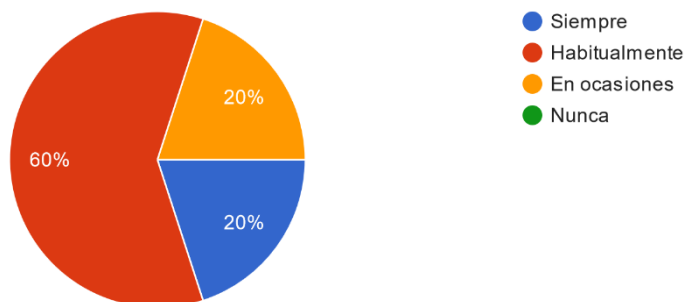
¿Con qué frecuencia usted considera que aparecen estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación?

15 respuestas



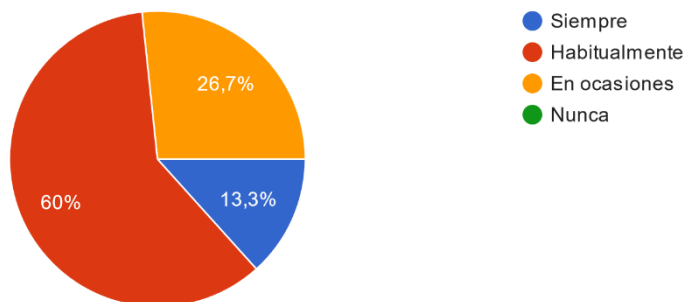
¿Con qué frecuencia usted identifica en una publicación el uso de códigos del lenguaje audiovisual? El lenguaje audiovisual puede implicar el enfoque, color, tamaño y orden de las imágenes.

15 respuestas



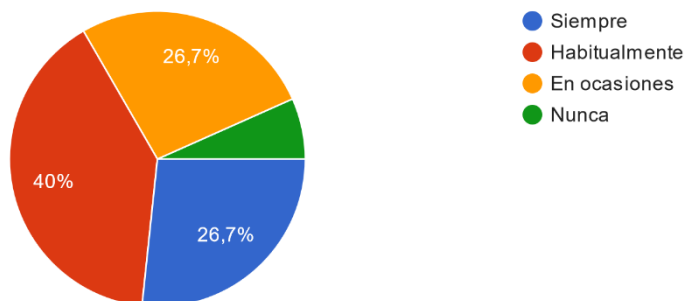
Cuando usted crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático ¿Utiliza correctamente los códigos del lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño y orden de las imágenes, mplica fotografía, edición, montaje, videos etc.

15 respuestas



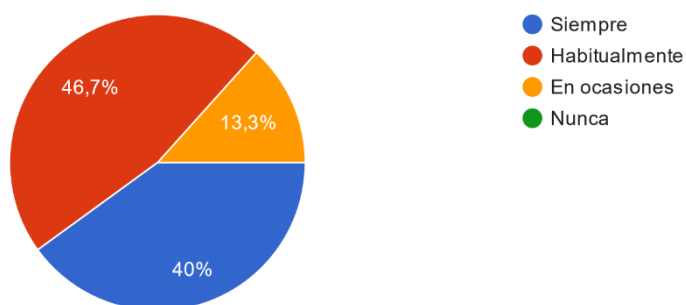
¿Usted reconoce los programas informáticos con los que se elabora una creación audiovisual o producto mediático? El producto mediático es el ...e comunicación, por ejemplo: videos, podcast, etc.

15 respuestas



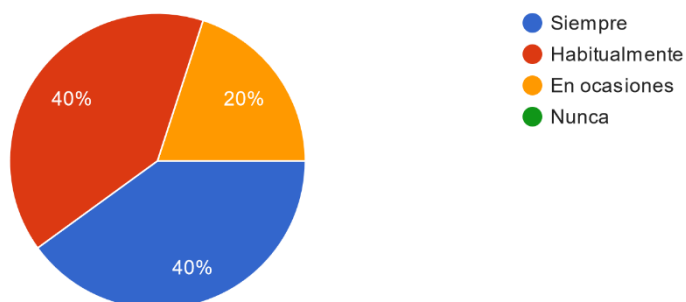
¿Al diseñar mensajes o contenido mediático usted prioriza la atención al detalle en aspectos estéticos y artísticos para lograr una presentación ...avés de las redes sociales o correos electrónicos.

15 respuestas



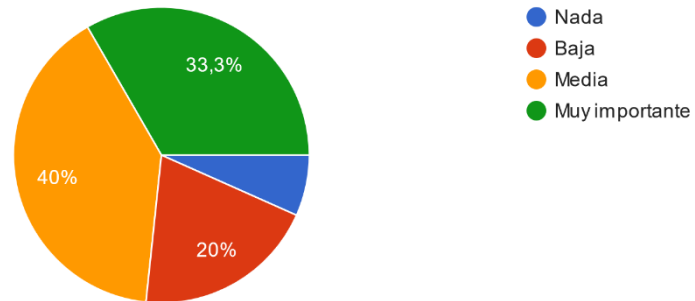
¿Con qué frecuencia usted reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico? ...y distribuido a través de medios de comunicación.

15 respuestas



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

15 respuestas



Anexo 2. Plan Piloto





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