



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 EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

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

Autoría:

Vozmediano Morales Pamela Dayana

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 EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO**

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

Autoría:

Vozmediano Morales Pamela Dayana

Revisado por:

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

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.
CALIFICADORA

Moreira Cedeño Marcelo Cristian, Mg.
CALIFICADOR

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

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Vozmediano Morales Pamela Dayana, portadora de la cédula de ciudadanía 2300626708, 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.



Vozmediano Morales Pamela Dayana
C.C. 2300626708

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 en la parroquia Valle Hermoso, realizado por la estudiante: Vozmediano Morales Pamela Dayana con cédula de ciudadanía 2300626708, 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, 27/09/2024.

Atentamente,

Romero Gutiérrez José Marcelino, Mg.

Profesor Principal I

RESUMEN

El presente trabajo identifica el nivel de competencia mediática en docentes de la parroquia rural Valle Hermoso, utilizando una muestra de 15 educadores. El estudio adopta un enfoque cuantitativo, aplicando un *pre test* para el correspondiente diagnóstico en seis dimensiones mediáticas. Además de proponer un plan de formación adaptable para futura implementación en distintos contextos. Los resultados indican deficiencias significativas en las áreas de tecnología y estética, subrayando la necesidad de programas de formación específicos. Lo que concluye en la importancia de adaptar la capacitación a las necesidades identificadas, para integrar efectivamente la alfabetización mediática en la práctica educativa.

Palabras clave: Educomunicación, competencia mediática, alfabetización mediática, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

ABSTRACT

This paper identifies the level of media competencies in teachers from the rural parish of Valle Hermoso, using a sample of 15 educators. The study adopts a quantitative approach, applying a pre-test for the corresponding diagnosis in six media dimensions. In addition, it proposes an adaptable training plan for future implementation in different contexts. The results indicate significant deficiencies in the areas of technology and aesthetics, highlighting the need for specific training programs. This concludes on the importance of adapting training to the identified needs, to effectively integrate media literacy into educational practice.

Keywords: Educommunication, media competence, media literacy, Information and Communication Technologies (ICT).

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Antecedentes	13
1.2. Planteamiento y delimitación del problema.....	15
1.3. Preguntas de investigación.....	17
1.4. Justificación.....	17
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	21
2.3. Competencias mediáticas.....	22
3. METODOLOGÍA	24
3.1. Enfoque y tipo de investigación.....	24
3.2. Unidades de análisis.....	24
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación	25
3.4. Técnicas de análisis de datos	26
4. RESULTADOS.....	27
4.1. Diagnóstico de nivel de competencia mediática	27
4.1.1. Peso por dimensión	27
4.1.2. Peso de ámbito por competencia	28
4.1.3. Diseño del instrumento	29
4.1.4. Análisis de Resultados de la Competencia Mediática	33
4.2. Elaboración de un plan de formación dirigido a la muestra.....	40
4.2.1. Diagnóstico.....	40

4.2.2.	Objetivos del plan de formación.....	41
4.2.3.	Programación	42
4.2.4.	Presupuesto	51
4.2.5.	Evaluación del plan de formación	51
4.3.	Evaluación y comparación del <i>post test</i>	52
5.	DISCUSIÓN.....	53
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
6.1.	Conclusiones.....	56
6.2.	Recomendaciones	56
7.	REFERENCIAS.....	58
8.	ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Peso de cada dimensión de la competencia.....	28
Tabla 2. Ponderación de indicadores por ámbito.....	29
Tabla 3. Preguntas por dimensión.....	30
Tabla 4. Rangos de calificación y porcentajes de logro.....	32
Tabla 5. Porcentaje de logro y niveles de competencia mediática.....	33
Tabla 6. Calificación de la competencia mediática.....	33
Tabla 7. Reconocimiento de exigencias estéticas en mensajes mediáticos.....	36
Tabla 8. Actividades promotoras del uso responsable de los medios de comunicación.....	37
Tabla 9. Identificación de códigos del lenguaje audiovisual.....	37
Tabla 10. Reconocimiento de las ventajas del uso de los medios en el trabajo.....	39
Tabla 11. la Unidad Educativa Valle Hermoso.....	44
Tabla 12. Presupuesto estimado para ejecutar el plan de formación.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Etapas de la investigación para determinar el diagnóstico	27
Figura 2. Frecuencia de uso de los medios	35
Figura 3. Uso de los medios de comunicación interactivo según el público	38
Figura 4. Etapas para implementar el plan de formación	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ámbitos e indicadores de las seis dimensiones que presentó Ferrés y Piscitelli..	66
Anexo 2. Preguntas del pretest	69
Anexo 3. Implementación del plan de formación en la parroquia El Esfuerzo	78

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas tres décadas, la llegada de internet ha transformado significativamente diversos sectores, especialmente el educativo. Este desarrollo subraya la creciente necesidad de integrar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los procesos educativos, una relevancia que se ha intensificado con el reciente auge de la inteligencia artificial. Sin embargo, el incremento del acceso a internet también ha promovido la expansión de los medios de interacción social que, aunque son herramientas potenciales de aprendizaje, también plantean desafíos significativos en la competencia mediática. Esta investigación se centra en abordar dichos desafíos, proponiendo estrategias para mejorar la alfabetización mediática entre los docentes de la parroquia rural Valle Hermoso, con el fin de optimizar su práctica educativa en un mundo cada vez más digitalizado.

En consecuencia, esta proliferación de medios de interacción social ha generado una creciente necesidad de desarrollar la alfabetización mediática, especialmente en entornos educativos. Teniendo en cuenta que, según lo manifiesta Aguaded (2013), la alfabetización mediática fortalece las capacidades para entender las funciones, evaluar el desempeño y comprometerse racionalmente con los medios para la autoexpresión. A su vez, es necesario tener presente que adquirir una alfabetización mediática es el paso previo en la construcción de la competencia mediática de un individuo.

De acuerdo con Ferrés y Piscitelli (2012), las competencias son determinadas como una combinación de destrezas, conocimientos y actitudes que son fundamentales para un contexto específico. Lo que implica que la competencia mediática sea definida por García-Ruíz (2018) como un conjunto integrado y complejo de conocimientos, habilidades y actitudes que posibilitan una eficiente navegación en el entorno mediático actual. Esto implica la capacidad de acceder, analizar y evaluar mensajes, así como comunicarse de manera competente en diversos medios que son gestionados por tecnologías digitales en

continua evolución como, por ejemplo: televisión, películas, radio, música, prensa, internet, smartphones, etc.

En el mismo contexto, la educomunicación según Barbas (2012) se configura como un ámbito de estudio que, de manera interdisciplinaria y transdisciplinaria, se ocupa simultáneamente de las facetas teóricas y prácticas de dos disciplinas tradicionalmente separadas: la educación y la comunicación. Además, en el ámbito iberoamericano, se la conoce también como educación en comunicación, didáctica de los medios, comunicación educativa, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación.

1.1. Antecedentes

Con el fin de establecer los antecedentes de la presente investigación se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica en base de datos especializadas y revistas indexadas con enfoques internacionales, regionales, nacionales y locales con respecto a estudiantes, padres y profesores.

De acuerdo a un estudio con metodología de enfoque cualitativo realizado por Garro-Rojas (2019), una de las áreas clave de enfoque en Sudamérica es la alfabetización mediática, la cual debe orientarse en la comprensión de contenidos y lenguajes, así como en el uso de las herramientas tecnológicas y en el análisis de las condiciones institucionales en las que puede desarrollarse esta alfabetización. Además, asegura que en gran parte de los países latinoamericanos la alfabetización mediática se da gracias a iniciativas de instituciones y de algunos académicos que muestran su interés y preocupación en este ámbito.

La investigación de Ramírez-García y González-Fernández (2016), realizada en España, determina el nivel de competencia mediática de profesores y alumnado. Los hallazgos de este estudio, indican que una considerable proporción del cuerpo docente presenta un nivel básico en todas las dimensiones de la competencia mediática. Esto se observa a pesar de la existencia de un plan de estudios que aborda las necesidades de

alfabetización mediática durante la educación obligatoria y la implementación de políticas de respaldo a la tecnología.

Además, el autor pone de manifiesto que la principal deficiencia en la práctica, especialmente entre los profesores, se focaliza en el ámbito tecnológico. Como vías efectivas para elevar los niveles de competencia en ambos grupos Ramírez-García y Gonzáles (2016) proponen analizar la adopción de planes de estudio personalizados y la capacitación a través de redes interprofesionales. Sumado a esto, consideran indispensable establecer un enfoque consensuado en el diseño curricular para abordar las deficiencias identificadas y garantizar que los participantes, tanto estudiantes como profesores, adquieran habilidades mediáticas sólidas.

En el ámbito regional, un estudio respaldado por la Red interuniversitaria Euroamericana de investigación sobre competencia mediática para la ciudadanía (AlfaMed) y realizado por la coordinadora Rivera et al. (2015) analiza el nivel de competencia mediática de estudiantes y profesores en colegios de Loja, Zamora y Cuenca, generando debate sobre los desafíos en el contexto educativo ecuatoriano. La investigación se realizó bajo un enfoque mixto de tipo exploratorio y se diseñaron dos encuestas, una para estudiantes y otra para profesores, con una muestra de 2,678 individuos. Los resultados destacan que la mayor competencia tecnológica se presenta en profesores jóvenes, por su disposición a usar tecnología dentro y fuera del aula; mientras que los estudiantes muestran habilidad técnica, pero carecen de análisis crítico. Cabe mencionar que los colegios públicos sobresalen en Loja y Zamora, mientras que los privados y fiscomisionales lo hacen en Cuenca.

De acuerdo con Ferrés y Piscitelli (2012) el conocimiento y las habilidades se pueden medir en doce indicadores, agrupados en seis dimensiones delineadas: lenguaje, tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, y aspectos estéticos. Teniendo en cuenta dichos aspectos Rivera et al. (2017) realizaron una investigación comparativa entre Ecuador y Colombia, que evaluó la alfabetización mediática de 654

profesores, los resultados revelaron en términos generales un nivel educativo de bajo a moderado en este campo.

Finalmente, en el contexto local, en Santo Domingo de los Tsáchilas Castellano-Manosalva y Sinmaleza-Peña (2022) realizaron una investigación para determinar el nivel de alfabetización mediática en padres de adolescentes de dicha ciudad. A través de una encuesta aplicada a 402 padres de 28 a 55 años se logró definir que la mayor parte del grupo de estudio utiliza la computadora, especialmente para navegar en la red social Facebook, mostrando un perfil de prosumidores. Aunque tienen un conocimiento moderado en tecnologías y redes sociales, reconocen los riesgos asociados. El estudio concluye en que la mayoría de los padres requieren apoyo y orientación para navegar de manera segura en Internet.

1.2. Planteamiento y delimitación del problema

En esta sección se describe el problema principal que se investigará y se delimitan las variables y el alcance del estudio. Además, se contextualiza el problema dentro del marco teórico pertinente, lo que permite comprender mejor su importancia y las posibles implicaciones de los resultados. Esta delimitación garantiza que la investigación sea manejable y sus hallazgos aplicables al contexto definido.

La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (UNESCO) destaca que, si bien cerca del 66% de la población global cuenta con acceso a internet, persiste la necesidad urgente de implementar programas de capacitación sostenibles y extensivos. Estos programas no solo garantizarían el acceso a la red, sino que también promoverían una Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) efectiva. Además, esta capacitación masiva contribuiría significativamente a instruir a las comunidades para navegar críticamente en el panorama digital, fomentando así un uso informado, responsable y creativo de la tecnología en beneficio de la sociedad (UNESCO, 2023).

En el contexto nacional, la Constitución de la República del Ecuador (2013) establece la responsabilidad estatal de erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar procesos de post-alfabetización y educación continua para adultos, incluyendo la superación del rezago educativo. Sin embargo, hasta antes del 2022 no se realizaban investigaciones sobre el uso que las personas dan a estos medios una vez que los adquieren, cómo se accede a la información o cómo interpretan los mensajes con los que interactúan, ocasionando que no se erradique en su totalidad el analfabetismo digital (Art. 347, apt. 7).

Así también, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) llevó a cabo un estudio acerca de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el que, a más de revelar datos precisos sobre el acceso a internet y la disponibilidad de tecnología en los hogares, profundiza en el uso que la población mayor de 5 años hace del internet. Los resultados revelaron que el 73,3% usa la red para comunicarse y conectarse a las redes sociales, de acuerdo con el INEC (2022), pero no se conoce cómo se utilizan estos espacios con respecto a competencia mediática.

Por otro lado, el Ministerio de Educación de Ecuador estableció la Agenda Educativa Digital 2017-2021, la cual busca fortalecer el proceso educativo nacional mediante la implementación de prácticas innovadoras que utilizan la tecnología. Su objetivo se basaba en la transformación de las escuelas tradicionales en entornos digitales, para lo cual se plantean varios puntos clave:

- Proporcionar acceso a Internet en todas las instituciones educativas públicas.
- Desarrollar nuevas estrategias educativas con un enfoque digital.
- Mejorar las habilidades digitales de los docentes.
- Comunicar eficazmente avances y conocimientos a la sociedad en general.
- Crear una infraestructura educativa digital innovadora.

- Salvaguardar la producción intelectual en el ámbito digital (Ministerio de Educación del Ecuador [MINEDUC], 2017).

Por ende, la investigación analiza la problemática real del profesorado rural con respecto a los alcances planteados por el Ministerio de Educación del Ecuador en la agenda educativa digital.

1.3. Preguntas de investigación

Considerando lo expuesto anteriormente, surge la siguiente pregunta de investigación, ¿Cómo mejorar la formación del profesor rural como actor clave en el aprendizaje en alfabetización y competencias mediáticas? A raíz de esta interrogante surgen las siguientes preguntas complementarias.

¿Los profesores rurales tienen conocimientos cognitivos con respecto al acceso y comprensión de los mensajes emitidos en los nuevos medios de comunicación?

¿Cómo lograr un aporte significativo en la formación de la sociedad en pro de construir una comunidad digital de calidad?

¿Cómo medir el nivel de competencia mediática del profesorado en entornos mediáticos en sectores rurales?

1.4. Justificación

De acuerdo con el documento de trabajo N° 5 de la serie de informes de asistencia técnica, las ramificaciones inmediatas de la falta de recursos económicos se manifiestan en forma de analfabetismo y deserción escolar en Ecuador. La influencia de la pobreza suele ser más pronunciada en las áreas rurales, donde la vulnerabilidad es mayor y las necesidades básicas carecen de cobertura (Contreras, 2015).

La Constitución de la República del Ecuador (2008), Art. 27, establece que la educación debe garantizar el desarrollo holístico del individuo y se enfocará en el ser humano, respetando sus derechos, el medio ambiente y la democracia. Además, se

enfocará en aspectos participativos, interculturales, democráticos, inclusivos y diversos, promoviendo la equidad de género, la justicia, la solidaridad, y estimulando el sentido crítico, el arte, la cultura física y el desarrollo de competencias. La educación se considera indispensable para el conocimiento, el ejercicio de derechos y la construcción de un país soberano, sugiriendo que debe ser una herramienta para el desarrollo personal y el progreso nacional.

Por otro lado, Rivera-Rogel et al. (2019) manifiestan que hoy en día los estudiantes de educación inicial y básica tienen la habilidad de manejarse en el mundo digital y mediático, debido a que forman parte de la era tecnológica y conocen los implementos de ésta, sin embargo, la carencia de una educación mediática formal impide un desarrollo integral en las seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012): el lenguaje, la tecnología, la recepción e interacción, la producción y difusión, la ideología y valores, así como la estética. Esta falta de formación se refleja en los profesores, quienes muestran resistencia a adquirir estas competencias al considerarlas de poca relevancia, lo que obstaculiza la implementación de herramientas tecnológicas en la enseñanza.

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 Valle Hermoso.

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.
- Proponer un método de evaluación para medir el impacto del plan de formación en alfabetización y competencias mediáticas en los docentes.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La revisión literaria de esta investigación descansa sobre tres pilares teóricos interrelacionados: la educomunicación, la alfabetización y las competencias mediáticas. Estos fundamentos se exploran a través de un análisis profundo de tesis doctorales y artículos de referencia, que proporcionan insights valiosos y diversidad de perspectivas en contextos análogos. Al integrar estas fuentes, el estudio construye una base sólida que soporta las hipótesis y dirige las metodologías empleadas, garantizando una comprensión exhaustiva del campo en estudio.

2.1. Educomunicación

La educomunicación representa un campo innovador donde la educación y la comunicación se entrelazan, enfocándose tanto en la formación formal como en la informal, siempre sustentadas en los derechos humanos. Chévez (2021) destaca que este enfoque implica el uso del diálogo, el análisis crítico y la colaboración, permitiendo una evaluación reflexiva de las circunstancias y la vida cotidiana de sus participantes.

La causa principal de incorporar la comunicación a la educación, según Marino (2005), fue que los niños y adolescentes tenían una mayor interacción con la televisión que con los centros de educación, lo que se evidenciaba en las 27 horas semanales que le dedicaban a este medio.

La radio se ha demostrado en una herramienta eficaz en la promoción de la comunicación y la comprensión de la diversidad, contribuyendo así a fomentar culturas de paz y comunidades democráticas y plurales. Carías (2022) investiga este medio y su papel en el contexto intercultural, subrayando su relevancia dentro de las prácticas de educomunicación.

El futuro se presenta con nuevos escenarios dinámicos de comunicación, los cuales exigen nuevas competencias para lograr procesarlas y apropiarlas según Aguaded y Cabrero (2013). Por ello, afirman que las tecnologías emergentes e interactivas no son lo

único que se requiere para generar un cambio en la educación de la ciudadanía en el ámbito de e-sociedad actual. Sin embargo, estas son fundamentales con un uso didáctico adecuado para captar y generar cognición, para que de esta manera se produzcan contenidos adecuados para la sociedad moderna, esto sin mencionar el aporte que esto representa para la educación de las personas.

A pesar del progreso que representa la comunicación para la educación en el contexto actual Teruel (2014), manifiesta que hay que considerar que un gran número de niños dedica más tiempo a mirar la televisión que a asistir a la escuela. Además, muestran un nivel de atención considerablemente mayor hacia la televisión que el que evidencian durante las clases.

Aun así, hoy en día es innegable la presencia que tienen los medios de comunicación en el ámbito social, sobre todo en la generación actual, haciendo así que surja la necesidad de plantear una educación que forme a la sociedad contemporánea y mediática en los ecosistemas actuales. Además de investigar y razonar sobre la manera en que la educación en general y la enseñanza específica van a reaccionar ante el notable rol que emplean los medios en la cotidianidad de los jóvenes (Aguaded, 2012).

Es por ello que, la idea de una formación en medios se convierte en una necesidad cada día más urgente, pues se la considera como un aspecto de estudio para la educación de la competencia comunicativa, que sobrepasa la excesiva visión de la tecnología, que frecuentemente ha generado confusión política, administrativa y social en general y ha tergiversado y desatendido las propias características y cualidades que los medios informativos ofrecen a la educación (Aguaded, 2012).

La integración de las redes sociales en la educación aún no es una práctica generalizada entre los docentes, a pesar de los significativos cambios en las formas de comunicación que han traído estas plataformas. García et al. (2018) exploran cómo las redes sociales pueden enriquecer la experiencia educativa al ofrecer nuevas oportunidades para la interacción y el aprendizaje social. Su investigación destaca la importancia de

entender las gratificaciones que los estudiantes de secundaria y universitarios obtienen al usar las redes sociales, sugiriendo que los docentes podrían emplear estos medios de manera más efectiva en sus métodos de enseñanza.

2.2. Alfabetización mediática

La alfabetización en medios es un área que ha adquirido mayor relevancia en la actualidad debido al papel que desempeña como parte del derecho a la educación; en consecuencia, surge la necesidad de que sea implementada en los entornos educativos. La alfabetización mediática e informacional, fue definida por Grizzle (2023), como un conjunto de competencias que mejoran el nivel de conocimiento en las personas con respecto a maximizar las ventajas y minimizar los daños del uso de las nuevas tecnologías. Esto debido a que abarca las competencias que dan acceso a la interacción crítica y efectiva de los individuos con el contenido que se emite en los medios de comunicación, con las organizaciones que los emiten y con el uso de tecnologías de la información.

La alfabetización mediática es fundamental para que las personas interactúen eficazmente con diversos medios de comunicación e información. Wilson (2012) sostiene que esta forma de alfabetización implica el desarrollo de habilidades y actitudes esenciales, como el razonamiento crítico y la capacidad de aprendizaje, que facilitan una participación activa y consciente en la sociedad a lo largo de la vida.

La alfabetización mediática ha sido un tema de interés en las teorías de comunicación mucho antes de que se acuñara formalmente el término. Este concepto ha sido explorado en el marco de la teoría de la agenda setting, que McCombs (1996) define como la influencia directa y mensurable que los medios de comunicación ejercen sobre la percepción pública respecto a la importancia de diversos temas y eventos. Peñalva (2022) enfatiza que esta discusión ha sido indispensable para desarrollar una comprensión más profunda de la alfabetización mediática.

Es fundamental que los estudiantes reflexionen sobre cómo utilizan los medios de comunicación, evaluando su nivel de competencia mediática. Esto implica analizar los componentes del mensaje, como el autor, el destinatario y el punto de vista en diversos tipos de documentos. Hobbs (2016) destaca la importancia de identificar estos elementos para fomentar un enfoque crítico y evaluar cómo los medios pueden perpetuar estereotipos.

Por otro lado, el proyecto de investigación europeo Media In Action, que involucra investigaciones de cinco científicos de Reino Unido, Italia, España, Portugal y Malta tuvo como objetivo incorporar estrategias, herramientas y recursos necesarios que la alfabetización mediática requiere en la educación secundaria para que los docentes, a través de la competencia mediática, puedan ser un apoyo para sus estudiantes en la epidemia de las *fake news* que afecta a la comunidad actual, Peñalva (2022).

La influencia de los medios en la educación y la sociedad fue profundamente analizada por Postman (1985) en su obra "Divertirse hasta morir: el discurso público en la era de la televisión". Este crítico cultural subraya cómo la cultura de entretenimiento y la prevalencia de la televisión pueden distorsionar la percepción pública, socavar la educación y diluir el razonamiento crítico. Postman advierte que la saturación mediática no solo distrae, sino que también minimiza la relevancia de temas críticos, impactando cómo se procesa y reconoce la información en la sociedad.

2.3. Competencias mediáticas

Las competencias mediáticas requieren de un análisis que amerita una interacción de manera crítica con los mensajes que son transmitidos por los demás, para alcanzar la capacidad de producir y esparcir mensajes propios (Ferrés y Piscitelli, 2012). Tal interacción crítica no solo abarca la comprensión y la evaluación de los mensajes recibidos, sino que también implica la habilidad de discernir entre información verídica y falsa, entender los sesgos y las intenciones subyacentes en la producción de esos mensajes y ser capaz de formar opiniones informadas y fundamentadas.

La carencia de una formación adecuada en consumo de medios dentro del sistema educativo ecuatoriano ha llevado a la emergencia de un perfil conocido como "analfanauta", según Rivera-Rogel et al. (2019). Este perfil describe a personas que, aunque son capaces de manejar dispositivos digitales, muestran deficiencias significativas en el reconocimiento y manejo de los riesgos asociados con la información y la interacción en espacios digitales, resaltando la necesidad de integrar dicha formación en los procesos educativos formales.

Es fundamental evaluar los aprendizajes y enseñanzas para determinar el nivel actual de conocimiento en competencia mediática, argumenta Ferrés (2011). Este proceso revela un ciclo vicioso: sin una evaluación adecuada, las carencias en la educación mediática permanecen desconocidas, lo que a su vez impide estudiar y mejorar dicha competencia de manera efectiva.

Asimismo, es relevante mencionar las seis dimensiones e indicadores de la competencia mediática planteadas por Ferrés y Piscitelli (2012) que, de acuerdo con los autores, son flexibles debido al constante cambio por el que atraviesa la comunicación mediática, y a las actualizaciones que surgen sobre el tema tras estudios (Arenas 2022).

Además, cabe recalcar que estas dimensiones cuentan con sus respectivos indicadores en métodos de capacidades, habilidades, actitudes y conocimientos. A su vez Ferrés y Piscitelli (2012) enfatizan que algo que caracteriza el ecosistema comunicativo actual es la presencia de actores prosumidores, es decir, los que además de consumir contenido de otros individuos son capaces de producir y difundir uno propio. Considerando todo esto la competencia mediática tiene que estructurarse en función de dos ámbitos amplios en los que puede participar el sujeto: el análisis y la expresión. Las dimensiones propuestas son las siguientes (ver anexo 1).

3. METODOLOGÍA

Este capítulo se enfoca en detallar los aspectos que se han tenido en cuenta para la ejecución del presente estudio. Los cuales son, según Moreno (2005), desempeñan un papel fundamental al guiar el proceso de la investigación. Además, estos aspectos delimitan y estructuran cualquier proyecto educativo que se aspire a realizar.

3.1. Enfoque y tipo de investigación

Citando a Hernández et al. (2010), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, basándose en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Por ello, la presente investigación se adopta con un enfoque cuantitativo, empleando métodos de medición y análisis estadísticos para analizar el problema de investigación. Este enfoque permitirá obtener resultados precisos, proporcionando una comprensión clara de los patrones y tendencias relacionados con la competencia mediática de los docentes.

Hernández et al. (2010) definen el diseño de investigación no experimental como aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables, observando los fenómenos para su posterior análisis. En este contexto, la presente investigación adopta un enfoque no experimental, centrado en observar y analizar los fenómenos educativos tal como ocurren en su contexto natural. Este enfoque es esencial para entender la competencia mediática de los docentes sin alterar su comportamiento mediante intervenciones externas, proporcionando una perspectiva realista y objetiva de la situación actual.

3.2. Unidades de análisis

La población es definida por López (2004) como el grupo de individuos o elementos que se pretende investigar, que constituye el universo o población en un estudio. Además, Pineda et al. (1994) indica que este conjunto puede abarcar diversas entidades, como personas, animales, registros médicos, nacimientos, muestras de laboratorio, accidentes

viales, entre otros. Por consiguiente, la población a investigar es docentes de educación básica de la "Unidad Educativa Valle Hermoso".

Mientras que la muestra es descrita por López (2004) como una fracción o porción del universo o población que será objeto de investigación. Con base en el planteamiento de Mata et al. (1997) el muestreo se define como un conjunto de normas, métodos y criterios que se emplean para elegir un grupo de elementos de una población con el propósito de representar de manera adecuada los eventos o características presentes en dicha población. En este caso, la muestra está compuesta por 15 docentes de educación básica de la "Unidad Educativa Valle Hermoso"

La muestra no probabilística o dirigida es definida por Hernández et al. (2010), como un conjunto específico dentro de la población en la que la selección de los elementos no está sujeta a la probabilidad sino a las particularidades de la investigación. Por ello, se eligió el muestreo de tipo no probabilístico como herramienta para determinar la segmentación de la población, debido a intereses específicos que requiere la investigación y por la eficiencia y rapidez que este denota.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Según Hernández et al. (2010), una encuesta se define como un cuestionario autoadministrado empleado para recolectar datos en investigaciones. Este instrumento es crucial para comprender la escala de un fenómeno social, sus correlaciones con otros fenómenos, o los factores que influyen en su desarrollo. García (2002) destaca que los cuestionarios son especialmente útiles para capturar opiniones de un amplio espectro de individuos, facilitando así un análisis más exhaustivo y representativo de las variables estudiadas.

Además, Muñiz y Hambleton (1996) señalan que la premisa fundamental que debe regir la adaptación de un instrumento es que el examen evalúe el mismo concepto de manera consistente, aunque se adapte a las características particulares de la nueva

muestra de población. A su vez, el autor manifiesta la importancia de regirse a ciertas directrices a fin de lograr una adaptación válida y coherente.

Este estudio se centró exclusivamente en técnicas cuantitativas, utilizando una encuesta como instrumento principal. La encuesta, adaptada de la investigación de Arenas (2022), exploró las seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012): lenguaje, tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, y aspectos estéticos. Para facilitar la recolección de datos, se empleó *Google Forms*. Esta metodología cuantitativa permitió obtener una evaluación precisa de la competencia mediática de los docentes, basándose en respuestas estandarizadas y analizables estadísticamente.

3.4. Técnicas de análisis de datos

De acuerdo con Hernández et al. (2010), el análisis de los datos cuantitativos requiere una matriz de datos y el uso de software computacional. Para este estudio, se utilizó el software Excel para manejar y analizar la información cuantitativa recolectada. Este método permite una organización eficiente y una interpretación estadística precisa de los datos obtenidos, facilitando la evaluación objetiva de las respuestas del instrumento.

4. RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados del trabajo de campo, que buscan dar respuestas a las preguntas de investigación planteadas. El trabajo inicia con la identificación del nivel de competencia mediática de los (as) docentes de la “Unidad Educativa Valle Hermoso” del cantón Santo Domingo, posterior, se diseñó el plan de formación que atiende las debilidades detectadas. Finalmente, se planteó un protocolo de verificación que valore la formación.

4.1. Diagnóstico de nivel de competencia mediática

El diagnóstico del nivel de competencia mediática se estructura en tres etapas esenciales. Primero, se calcula el peso de cada dimensión basado en los indicadores de Ferrés y Piscitelli (2012). Luego, se identifica el peso de ámbito por competencia. Finalmente, se diseña un instrumento de evaluación alineado con las seis dimensiones de la competencia mediática.

Figura 1.

Etapas de la investigación para determinar el diagnóstico.



Nota. Pasos para detectar el nivel de alfabetización y competencia mediática en la muestra.

4.1.1. Peso por dimensión

De acuerdo con Arenas (2022), la evaluación del nivel general de competencia parte del supuesto de que cada una de las seis dimensiones tienen igual importancia, por lo que inicialmente se les asigna un peso equivalente del 16.666%. Sin embargo, este enfoque se ajusta considerando el trabajo de Ferrés y Piscitelli (2012), quienes han detallado un total de 55 indicadores distribuidos entre estas competencias.

Por lo tanto, se propone que el peso de cada dimensión sea calculado en función de la cantidad de indicadores que la componen. Cada indicador tiene un peso de 1.818, el cual se multiplicará por el número respectivo de indicadores en cada dimensión, lo que da como resultado que se establezca el peso específico para cada dimensión, como se ilustra detalladamente en la Tabla 1 del estudio.

Tabla 1.

Peso de cada dimensión de la competencia.

Ponderación de indicadores por dimensión					
Dimensión	Número de indicadores	Peso por indicador	Peso por dimensión	Valor de peso	Valor de Ponderación
Lenguaje	7	1,81	12,72	12,72%	0,13
Tecnología	7	1,81	12,72	12,72%	0,13
Procesos de interacción	12	1,81	21,81	21,81%	0,22
Ideología y valores	12	1,81	21,81	21,81%	0,22
Procesos de producción y difusión	11	1,81	19,99	19,99%	0,20
Estética	6	1,81	10,90	10,90%	0,11
Total	55			100,00%	1,00

Nota. Ponderación asignada a cada uno de los indicadores dentro de las diferentes dimensiones evaluadas en el estudio.

4.1.2. Peso de ámbito por competencia

La tabla 2 permite visualizar cómo se distribuye el peso de los indicadores entre los ámbitos de análisis y expresión en cada dimensión de la competencia mediática. Esto con el objetivo de entender qué aspectos requieren mayor enfoque. Por ejemplo, en la dimensión de 'Ideología y valores', el ámbito de análisis tiene un peso considerablemente mayor (16,36) que el ámbito de expresión (5,45), lo que sugiere que el análisis es una prioridad en esta dimensión.

Por otro lado, para determinar el total de indicadores se calcula sumando los indicadores correspondientes a los ámbitos de análisis y de expresión. Para obtener el peso por ámbito de expresión se multiplica el total de indicadores del ámbito de expresión por 1,818 en cada dimensión, este proceso se repite para obtener el peso por ámbito de análisis.

Tabla 2.
Ponderación de indicadores por ámbito.

Ponderación de indicadores por ámbito					
Dimensión	Total de indicadores del ámbito		Total indicadores	Peso por ámbito	
	Análisis	Expresión		Análisis	Expresión
Lenguaje	4	3	7	7,27	5,45
Tecnología	4	3	7	7,27	5,45
Procesos de interacción	8	4	12	14,55	7,27
Ideología y valores	9	3	12	16,36	5,45
Procesos de producción y difusión	4	7	11	7,27	12,73
Estética	4	2	6	7,27	3,64
Total	33	22	55	60,00	40,00

Nota. Ponderación asignada a cada uno de los indicadores dentro de los diferentes ámbitos evaluados.

4.1.3. Diseño del instrumento

En este paso, una vez establecido el peso de cada dimensión y ámbito por competencia, se busca identificar el nivel de conocimiento de los profesores para acceder y comprender mensajes en diversos nuevos medios de comunicación. Para ello, se ha empleado una adaptación del instrumento realizado por Arenas (2022). Este instrumento se aplicó a los docentes de educación básica en la Unidad Educativa Valle Hermoso. Los resultados obtenidos constituyen un compendio del estado actual tanto de las habilidades como de la competencia mediática de los docentes.

Es crucial destacar que el instrumento empleado en esta investigación fue diseñado con preguntas específicas para cada una de las dimensiones evaluadas. Cada dimensión se aborda a través de un conjunto definido de indicadores, cuya cantidad puede variar según los objetivos de la evaluación y lo que se busca identificar en términos de competencia mediática y digital de los docentes.

4.1.3.1. Distribución de las preguntas en el instrumento

Para obtener una evaluación precisa de la competencia mediática de los docentes, es fundamental estructurar el instrumento de manera que cubra todas las dimensiones propuestas por (Ferrés y Piscitelli, 2012). Cada dimensión aborda aspectos específicos de la competencia mediática, permitiendo una evaluación integral. A continuación, se detallará cómo se han estructurado las preguntas en el instrumento, destacando la importancia de cada dimensión en la evaluación general.

La dimensión de tecnología cuenta con la mayor cantidad de preguntas, abarcando aspectos clave como el uso de herramientas digitales y la integración de tecnologías en el proceso educativo. Por otro lado, las dimensiones de ideología y valores y procesos de producción y difusión también presentan un número significativo de preguntas, indicando un enfoque en la comprensión ética y el impacto de los medios en la formación de opiniones críticas.

Tabla 3.
Preguntas por dimensión.

Dimensión de la competencia mediática	Cantidad de preguntas	Número de pregunta
Tecnología	7	1, 6, 9, 10, 18, 26, 13
Lenguaje	4	11, 24, 25, 29
Ideología y valores	7	2, 4, 5, 7, 12, 19, 20
Procesos de producción y difusión	7	8, 14, 15, 17, 21, 22, 23
Estética	2	27, 28
Procesos de interacción	2	3, 16

Nota. Clasificación de preguntas, aplicadas en el *pre test*, de acuerdo a cada dimensión.

4.1.3.2. Datos generales del objeto de estudio

Los resultados generales de la encuesta evidencian una distribución de género, con una predominancia femenina. De los 15 docentes encuestados, 10 son mujeres y 5 son hombres. Este predominio femenino se alinea con los datos proporcionados por el Ministerio de Educación (2023) que indican que, del total de docentes que ejercen en el país, aproximadamente el 72% son mujeres y el 28% son hombres.

Respecto a la edad, se observó que el grupo mayoritario, con un 40%, se encuentra en el rango de 35 a 44 años, lo que indica una población docente relativamente joven y en una etapa activa de su carrera profesional. El siguiente grupo, con un 20%, comprende a docentes de entre 45 y 54 años. Finalmente, un 20% de los docentes tienen más de 54 años, representando una minoría que, sin embargo, puede ofrecer valiosa experiencia acumulada.

Estos datos son necesarios para entender los requerimientos y potenciales enfoques de capacitación que requiere la institución en alfabetización mediática y competencia digital, ya que los diferentes grupos etarios pueden tener distintas familiaridades y habilidades con las TIC. Adaptar los programas de formación a estas variaciones demográficas permitirá una implementación más efectiva y un aprovechamiento óptimo de los recursos educativos disponibles.

En cuanto al máximo nivel educativo, 11 encuestados indicaron haber alcanzado el nivel de Tecnología / Licenciatura / Ingeniería, 3 optaron por Maestría y 1 por Doctorado. Estos datos son significativos para evaluar la capacidad de los docentes para integrar competencias mediáticas y digitales en sus prácticas pedagógicas. La heterogénea formación académica sugiere que mientras algunos docentes pueden estar bien equipados para adoptar nuevas tecnologías y métodos, otros pueden necesitar apoyo adicional para alcanzar un nivel de competencia adecuado en alfabetización mediática. Adaptar los programas de desarrollo profesional a estos diferentes niveles educativos será esencial para mejorar la calidad de la educación en esta región, asegurando así que todos los docentes puedan beneficiarse de las iniciativas de formación de manera efectiva y equitativa.

Por último, en relación al nivel educativo en el que ejercen su profesión, se encontró una distribución equitativa, con 5 personas que trabajan en básica elemental, 5 en básica media y 5 en básica superior. Estos resultados, sugieren que las estrategias y programas de alfabetización mediática deben ser diseñados para abarcar todo el espectro de la

educación básica, asegurando que tanto los estudiantes más jóvenes como los más avanzados reciban una formación adecuada y consistente en habilidades mediáticas y digitales.

4.1.3.3. Niveles de logro para determinar el grado de calificación promedio ponderada por dimensión

En el estudio se ha establecido un sistema de evaluación para determinar el nivel de competencia mediática a través de cuatro categorías distintas: mínima, básica, media y avanzada. Cada categoría está asociada con un rango específico de calificaciones, que varían de 0 a 3, y un correspondiente porcentaje de logro. Esta metodología permite asignar un porcentaje de logro concreto a cada rango de calificación, facilitando así una valoración clara y estructurada del nivel de competencia mediática de los participantes en función de su rendimiento en la escala establecida, como puede apreciarse en la tabla 5.

Tabla 4.
Rangos de calificación y porcentaje de logro.

Niveles de la competencia	Escala de calificación	Porcentaje de logro
Mínima	Entre 0 y 0,75	25% o menos
Básica	Entre 0,76 y 150	Entre 26% y 50%
Media	Entre 1,51 y 2,25	Entre 51% y 75%
Avanzada	Entre 2,26 y 3	Entre 2,26 y 3

Nota. Este porcentaje de logro alcanzado aplicará para determinar el nivel de cada dimensión.

4.1.3.4. Niveles de logro para determinar el grado de competencias mediáticas de la muestra

A su vez, se han establecido cuatro niveles de competencia: mínima, básica, media y avanzada. Estos niveles se determinan según el puntaje obtenido en la calificación de las respuestas proporcionadas por los encuestados. El puntaje se traduce en un porcentaje de logro que refleja el grado general de alfabetización y competencia mediática alcanzada por

los docentes. Este enfoque permite una evaluación clara y precisa, facilitando la identificación de áreas de fortaleza y aquellas que requieren mayor atención y desarrollo en el proceso de formación continua.

Tabla 5.

Porcentaje de logro y niveles de competencia mediática.

Porcentaje de logro	Niveles de competencia mediática
0 a 33%	Mínima
33,1% a 54%	Básica
54,1% a 75%	Media
75,1% a 100%	Avanzada

Nota. Rango de logro alcanzado tras el debido análisis del instrumento.

4.1.4. Análisis de Resultados de la Competencia Mediática

Los resultados presentados en la Tabla 6 proporcionan una visión detallada del estado actual de las habilidades mediáticas de la muestra, ofreciendo una base sólida para la planificación de futuras intervenciones educativas y la identificación de áreas específicas que requieran fortalecimiento o desarrollo. Además, estos resultados permiten realizar un análisis comparativo con estudios previos, facilitando la comprensión de tendencias y patrones en la competencia mediática de los docentes. Esta información permitirá diseñar estrategias formativas efectivas y adaptadas a las necesidades del contexto educativo.

Tabla 6.

Calificación de la competencia mediática.

Dimensión	Peso por dimensión	Valor de ponderación del indicador	Promedio de calificación por dimensión	Calificación de logro ponderada	Porcentaje de logro	Nivel de competencia mediática
Tecnología	12,73	0,13	1,77	0,23	25,00%	Mínimo
Estética	12,73	0,11	2,51	0,28	25,00%	Mínimo
Ideología y valores	21,82	0,22	2,50	0,55	55,00%	Media
Lenguaje	21,82	0,13	2,14	0,28	28,00%	Básica
Interacción	20,00	0,22	2,20	0,48	48,00%	Básica
Procesos de producción	10,91	0,20	1,98	0,40	40,00%	Básica
CALIFICACION DE COMPETENCIA MEDIATICA					22,10%	Mínimo

Nota. Resultado del nivel de alfabetización en los encuestados.

Para calcular la calificación global de competencia mediática se aplicó el método propuesto por (Arenas 2022). Este procedimiento comienza asignando un valor de

ponderación a cada dimensión evaluada. Luego, se multiplica la calificación de cada dimensión por su valor de ponderación correspondiente para obtener una calificación ponderada por dimensión. Finalmente, se suman todas las calificaciones ponderadas para obtener la calificación global de competencia mediática.

Este enfoque asegura que el resultado refleje con precisión la competencia mediática de los docentes, considerando la importancia relativa de cada dimensión. Con este procedimiento se determinó que el nivel de alfabetización de los encuestados está dentro del rango mínimo, con una calificación del 22,1%. A continuación, se presenta un análisis detallado de los resultados:

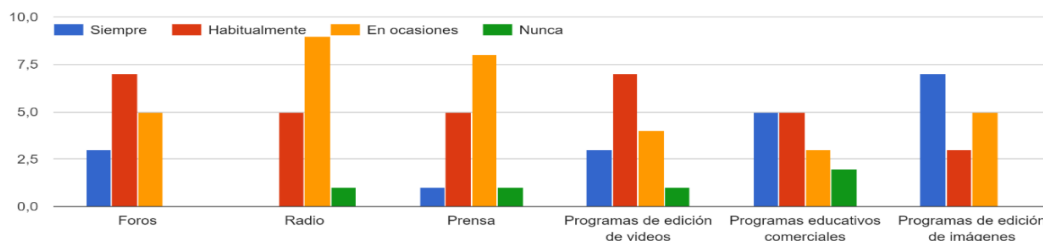
4.1.4.1. Tecnología

La competencia tecnológica de los docentes muestra deficiencias, debido a que una proporción considerable de los encuestados encuentra dificultades al utilizar herramientas tecnológicas de manera efectiva en sus prácticas educativas. Según los datos recogidos, el 60% de los docentes ocasionalmente utiliza medios como la radio, y aproximadamente un tercio utiliza con poca frecuencia foros de discusión para enriquecer sus contenidos.

Este bajo uso de tecnologías relevantes subraya la necesidad urgente de programas de desarrollo profesional que mejoren las habilidades tecnológicas de los docentes, facilitando así un aprendizaje más interactivo y adaptado a los entornos digitales modernos. Este hallazgo sugiere una posible brecha en la integración efectiva de tecnologías digitales en las prácticas educativas cotidianas. La baja calificación podría indicar necesidades en capacitación adicional en el uso de herramientas digitales y recursos en el contexto educativo de la muestra. Es esencial mejorar esta competencia mediática para facilitar un aprendizaje más dinámico y adaptado a las demandas contemporáneas, y para asegurar que los educadores puedan navegar y utilizar eficazmente la tecnología en su enseñanza diaria.

Figura 2.*Frecuencia de uso de los medios.*

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



Nota. Uso de los medios y recursos educativos para la enseñanza

4.1.4.2. Estética

Los resultados del *pre test* indican que la competencia estética de los docentes es baja, lo cual sugiere que muchos de ellos tienen dificultades para evaluar y aplicar criterios estéticos en la creación y selección de contenidos mediáticos. Este déficit podría limitar su capacidad para diseñar materiales que sean visualmente atractivos y comunicativamente efectivos, lo que es esencial para captar y mantener la atención de los estudiantes en un entorno educativo cada vez más mediado por tecnologías visuales.

Específicamente, en la pregunta sobre la frecuencia con la que reconocen cuando un producto mediático no cumple las exigencias de gusto estético o artístico, solo el 40% de los docentes indicó que siempre son capaces de hacer este reconocimiento. La mayoría fluctúa entre hacerlo habitualmente o solo en ocasiones, con un promedio ponderado de calificación de 2,57.

Este hallazgo subraya la necesidad de los docentes en recibir capacitación en diseño y presentación de materiales educativos. Este tipo de formación ayudaría a mejorar su habilidad para crear recursos que no solo sean educativos, sino también estéticamente agradables y efectivos en transmitir información, lo que aumentaría potencialmente el compromiso y la retención de conocimiento de los estudiantes.

Tabla 7.*Reconocimiento de exigencias estéticas en mensajes mediáticos.*

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia usted reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico?	Siempre	6	40,00%	3	18	1,20
	Habitualmente	4	26,70%	2,50	12,50	0,83
	En ocasiones	5	33,30%	2	8,00	0,53
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,57

Nota. Cumplimiento de exigencias estéticas.

4.1.4.3. Ideología y valores

Esta dimensión muestra el nivel más alto de competencia entre los docentes, es por ello que es la única dimensión con un rango medio. Esta situación puede comprometer la promoción efectiva del pensamiento crítico, la diversidad cultural y los valores democráticos en el entorno educativo. Fortalecer estas competencias es fundamental para desarrollar un ambiente escolar más inclusivo y éticamente responsable en la Unidad Educativa Valle Hermoso. Además, mejorar estas habilidades ayudará a los docentes a modelar y enseñar prácticas mediáticas que reflejen y respeten la diversidad de perspectivas y culturas.

A la interrogante con respecto a la frecuencia con la que los docentes ejecutan actividades para promover en los estudiantes el uso adecuado de los medios de comunicación, la mayoría reconoció su importancia. Sin embargo, aún existen áreas para mejorar, debido a que un 33,30% lo hace habitualmente y un 26,70% solo lo hace en ocasiones, reflejando un promedio de calificación ponderada de 2,57.

Estos datos indican la necesidad de reforzar la educación mediática en el aula para asegurar una práctica constante y consciente del uso responsable de los medios. Además, es imprescindible incorporar estrategias formativas que integren evaluaciones continuas y reflexivas sobre el impacto de estas prácticas en el aprendizaje mediático de los

estudiantes, lo que podría incluir revisiones periódicas de los métodos pedagógicos empleados y ajustes basados en los resultados obtenidos.

Tabla 8.

Actividades promotoras del uso responsable de los medios de comunicación.

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia usted realiza actividades para que sus estudiantes promuevan el uso responsable de los medios de comunicación?	Siempre	6	40%	3	18,00	1,20
	Habitualmente	5	33,30%	2,50	12,50	0,83
	En ocasiones	4	26,70%	2	8,00	0,53
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,57

Nota. Interés de promover el uso responsable de los medios de comunicación.

4.1.4.4. Lenguaje

A pesar de que el 60% de los docentes identifica consistentemente los códigos del lenguaje audiovisual, la competencia general en lenguaje mediático sigue siendo baja, con una calificación ponderada de 2.67. Esto refleja una habilidad aceptable en la identificación de códigos, pero también subraya la necesidad de mejorar esta competencia para lograr un uso más efectivo del lenguaje mediático en prácticas educativas. Lo que coincide con la calificación ponderada de esta dimensión que indica un nivel básico.

Tabla 9.

Identificación de códigos del lenguaje audiovisual.

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia usted identifica en una publicación el uso de códigos del lenguaje audiovisual?	Siempre	9	60,00%	3	27,00	1,80
	Habitualmente	4	26,70%	2,5	10,00	0,67
	En ocasiones	1	6,70%	2	2,00	0,13
	Nunca	1	6,70%	1	1,00	0,67
TOTAL		15	100,00%			2,67

Nota. Frecuencia con la que los docentes detectan los códigos del lenguaje audiovisual.

4.1.4.5. Procesos de interacción

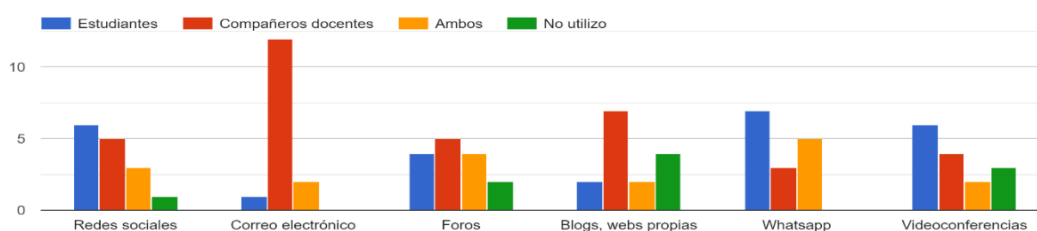
La competencia de interacción muestra un nivel básico, sugiriendo que los docentes no son capaces de utilizar tecnologías digitales para fomentar la participación y la interactividad en el aula. Lo que sugiere que aún hay margen de mejora para alcanzar un nivel más alto de competencia en esta dimensión.

Los resultados mostrados en la tabla 11, con respecto a una de las preguntas correspondiente a esta dimensión, muestran una variada utilización de medios de comunicación interactivos por parte de los docentes. Las redes sociales son ampliamente utilizadas para comunicarse tanto con estudiantes como con compañeros docentes, aunque con una ligera preferencia hacia la comunicación con estudiantes.

Por otro lado, el correo electrónico es predominantemente usado para comunicarse con compañeros docentes. Los foros y blogs o webs propias, muestran un uso moderado y más balanceado entre comunicarse con estudiantes y compañeros. WhatsApp y videoconferencias, aunque utilizados medianamente, presentan una preferencia similar a los blogs en cuanto a su distribución de uso entre los distintos actores educativos. Estos resultados sugieren una adaptación flexible de tecnologías según el contexto comunicativo, aunque también indican áreas potenciales para una integración más estratégica de herramientas comunicativas en la práctica educativa.

Figura 3.
Uso de los medios de comunicación interactivo según el público.

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.



Nota. Medios de comunicación interactivos para relacionarse con audiencias educativas.

4.1.4.6. Procesos de producción y difusión

La competencia en los procesos de producción mediática es básica. Esto representa que los docentes no tienen una familiaridad con la creación y distribución de contenido mediático. Pese a ello, el 53.3%, de los docentes indicó que siempre perciben las ventajas del uso de los medios de comunicación en su vida profesional, mientras que un 26.7% lo hace habitualmente y solo un 20% lo reconoce en ocasiones. Esto resulta en un promedio ponderado de calificación de 2.67. Aunque estos hallazgos subrayan una valoración positiva del impacto de los medios en el ámbito profesional, también indican la necesidad de incrementar la frecuencia con la que se reconocen estas ventajas en entornos educativos.

Tabla 10.

Reconocimiento de las ventajas del uso de los medios en el trabajo.

Pregunta ANÁLISIS	Opciones de respuesta	Frecue ncia	%	Pondera ción	Calific ación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia usted reconoce las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en su vida profesional?	Siempre	8	53,30%	3	24,00	1,60
	Habitualmente	4	26,70%	2,5	10,00	0,70
	En ocasiones	3	20,00%	2	6,00	0,40
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,67

Nota. Ventajas de la implementación de los medios de comunicación como herramientas laborales.

El análisis de los resultados del *pre test* revela que, mientras algunos docentes muestran un alto grado de competencia mediática en ciertas dimensiones, aún existe un margen considerable para la mejora en todas las áreas evaluadas. Este diagnóstico detallado permite identificar las áreas específicas que requieren atención, enfocando los esfuerzos de capacitación en las dimensiones donde los docentes presentan mayores deficiencias. Es necesario continuar monitoreando y evaluando estos aspectos para asegurar un progreso significativo en las habilidades mediáticas de los educadores.

A continuación, se presentan las preguntas incluidas en el cuestionario administrado a los profesores de educación básica de la Unidad Educativa Valle Hermoso (ver anexo 2).

4.2. Elaboración de un plan de formación dirigido a la muestra

Para alcanzar el segundo objetivo de esta investigación, se adoptó la estructura propuesta por Grados (2009). Este marco incluye cuatro etapas esenciales: el diagnóstico, que identifica las causas del desempeño actual; la definición de objetivos claros; la programación y el presupuesto del plan estratégico; y la evaluación continua del proceso de enseñanza-aprendizaje para asegurar la efectividad del plan y realizar ajustes necesarios. Este enfoque sistemático busca fortalecer la competencia mediática de los docentes, aspecto clave para una educación integral que responda a las nuevas necesidades de los entornos comunicativos.

Figura 4.

Etapas para implementar el plan de formación



Nota. Estas etapas se basan en las directrices establecidas por Grados (2009) para la implementación de planes de formación educativa.

4.2.1. Diagnóstico

El diagnóstico de competencia mediática, basado en los resultados del *pre test*, revela una calificación general mínima con un porcentaje de logro del 22,1%. Las dimensiones de tecnología y estética son las más deficientes, con solo un 25% de logro en ambas. La dimensión de ideología y valores, aunque presenta el nivel más alto de competencia entre los docentes, sigue siendo mínima con un 55% de logro. Estos resultados indican una necesidad urgente de intervención formativa para mejorar las habilidades mediáticas de los docentes, garantizando una integración más efectiva y crítica de los medios en el entorno educativo.

4.2.2. Objetivos del plan de formación

Para establecer un marco claro y direccionado para la formación de los docentes en la Unidad Educativa Valle Hermoso, se han definido objetivos basados en los resultados obtenidos del *pre test*. Estos objetivos no solo buscan abordar las áreas con mayores deficiencias, sino también potenciar las fortalezas existentes y promover un desarrollo integral de la competencia mediática.

- **Mejorar la competencia tecnológica y estética:** Incrementar la competencia de los docentes en las dimensiones tecnológica y estética, que mostraron el nivel más bajo, mediante capacitaciones enfocadas en el uso efectivo de herramientas digitales y el desarrollo de criterios estéticos para la creación de contenidos educativos.
- **Potenciar el uso crítico y ético de los medios:** Fomentar una comprensión profunda y crítica de los medios de comunicación a través de actividades que promuevan valores democráticos, pensamiento crítico y una interacción ética y responsable, elevando la competencia en las dimensiones de ideología y valores.
- **Desarrollar habilidades de comunicación mediática:** Mejorar las habilidades de los docentes para interpretar y producir mensajes mediáticos efectivos, especialmente en las dimensiones de lenguaje y producción y difusión de contenidos, para asegurar que los docentes puedan transmitir conocimientos de manera clara y eficaz en entornos digitales.
- **Fomentar la interacción y colaboración digital:** Capacitar a los docentes en el uso de tecnologías interactivas para mejorar la comunicación y colaboración tanto entre docentes como con los estudiantes, incrementando la competencia en la dimensión de interacción.

4.2.3. Programación

Para abordar de manera efectiva las necesidades identificadas en el *pre test* de competencia mediática de los docentes, se ha desarrollado un plan de formación detallado y estructurado de 12 semanas, con un total de 77 horas de formación. Este plan tiene como objetivo principal fortalecer y mejorar las diversas dimensiones mediáticas, ajustándose específicamente a los resultados obtenidos. A continuación, se presenta el plan de formación para la muestra.

Tabla 11.

Plan de formación para los docentes de la Unidad Educativa Valle Hermoso.

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
UNIDAD 1: Lenguaje 1.1 Comprender y aplicar el lenguaje mediático en la educación	1	Desarrollo de la capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - Orientación para el desarrollo del plan de formación - Introducción sobre la importancia del análisis de los mensajes audiovisuales - Explicación sobre el uso de la herramienta educativa Canva - Creación de grupos y división de lectura del artículo “Análisis de la imagen y su importancia en la formación del comunicador audiovisual” para realizar un material visual en Canva (infografía, diapositivas, mapa mental, etc.) - https://bit.ly/4fiWGe3 6 - Introducción sobre los códigos del lenguaje audiovisual - https://bit.ly/3WEnGxy - Creación de un producto audiovisual de 40” que cumpla con los códigos del lenguaje - Conclusiones de la clase 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de códigos de lenguaje en el spot publicitario de La Villita - Creación de un resumen crítico sobre el spot publicitario - https://bit.ly/3ygJ6Hy

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
UNIDAD 2: Procesos de producción y difusión 2.1 Aprender a producir y difundir contenido educativo digital	2	Herramientas de producción de medios digitales	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Introducción sobre la importancia de la producción sonora en los productos audiovisuales - Taller sobre edición de audio (Conversores de audio, funciones básicas en <i>Adobe Audition</i>) - Mejorar los videos anteriores con lo aprendido sobre producción de audio - Creación de RRSS profesionales educativas - Creación de <i>copy</i> con características para tener un mayor alcance - Difusión en RRSS de los productos realizados - Conclusiones de la clase 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Visualización y creación de un ensayo analítico del video “Los errores más comunes al llevar tus redes sociales” - https://bit.ly/3SITDIb
UNIDAD 3: Estética 3.1 Aplicar principios estéticos en la creación de recursos educativos	3	Diseño y estética en la creación de recursos educativos	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Creación de un afiche estético con enfoque educativo para difundirlo en RRSS - Presentación del producto visual educativo y explicación de los elementos estéticos utilizados - Análisis de las mejoras a realizar en cada producto Taller de ajustes y mejoras de materiales visuales - Creación de un <i>copy</i> que acompañe el producto visual Difusión del producto en RRSS - Conclusiones de la clase 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura del artículo “La medida del factor estético de los productos de consumo. Un estudio comparado” - https://bit.ly/4dqaCno

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
UNIDAD 3: Estética 4.1 Crear, evaluar y mejorar la calidad estética de los recursos educativos	4	Creación y mejora de estética en recursos digitales	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Introducción sobre la importancia de la estética en los medios - Análisis de principios estéticos en ejemplos de medios educativos - Uso de Canva para crear recursos visuales - Análisis y mejora de productos estéticos creados por los participantes. 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura del artículo “Diseño de comunicación visual: el nuevo paradigma” - https://bit.ly/46wluLF
UNIDAD 4: Tecnología 5.1 Integrar herramientas tecnológicas en procesos de enseñanza	5	Uso de tecnologías en la educación; plataformas digitales	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Introducción sobre el uso de tecnologías educativas - Aprendizaje del proceso de creación de contenidos (preproducción, producción y postproducción) en medios digitales para fines educativos - <i>Cap Cut</i> como medio para edición - Creación de grupos y distribución de temas (Innovaciones tecnológicas, el ciberacoso en la era digital, inteligencia Artificial y ética) para la elaboración de un producto audiovisual educativo de 30” - Realizar la preproducción (guion técnico y literario) - Conclusiones de la clase 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Producción (Grabación de tomas sobre el tema correspondiente) - Postproducción (edición en Cap Cut) - Lectura del artículo “Enseñar y aprender tecnología en la educación secundaria” - https://bit.ly/4fvuW67
UNIDAD 4: Tecnología 6.1 Integrar herramientas tecnológicas en procesos de enseñanza	6	Uso de tecnologías en la educación; plataformas digitales	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Revisión del producto audiovisual - Introducción a la herramienta educativa Miro - Enseñanza sobre el uso de la app <i>Miro</i> para la educación 	3h	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura del artículo “Tecnología en la educación ecuatoriana logros, problemas y debilidades” - https://bit.ly/4d4lq7c

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
UNIDAD 5: Ideología y valores 7.1 Analizar y aplicar principios éticos en la educación mediática	7	Ética en medios; impacto social de los medios en la educación	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura del artículo “Ciencia, Tecnología y Sociedad: una mirada desde la educación en tecnología” - https://bit.ly/4dnnUhT - División de grupos - Creación de un organizador gráfico en Miro sobre la lectura - Exposición del tema con el organizador gráfico realizado - Conclusiones de la clase - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Introducción sobre el impacto y las consecuencias de la falta de ética en los mensajes transmitidos en los medios - Analizar casos reales en los que se ha presentado un dilema ético mediático - Dividir en grupos pares y dar a dos equipos el mismo dilema ético en medios - Analizar el caso ético y crear un panel de discusión entre los equipos con el mismo tema - Defensa de la postura de cada equipo ante el tema asignado - Reflexionar sobre el impacto social de los casos éticos - Conclusiones de la clase 	2h	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un reel sobre lo comprendido de la lectura - Lectura del artículo “La ética y la educación en la sociedad digital” - https://bit.ly/4daeff1 - Escritura de ensayo crítico sobre la lectura

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
UNIDAD 6: Interacción 8.1 Mejorar la interacción digital en entornos educativos	8	Estrategias para la interacción efectiva en entornos educativos	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Introducción sobre la brecha del cambio en la educación - Sesiones de reflexión sobre: <ul style="list-style-type: none"> • La confianza como valor principal en el aula • La ruptura de la jerarquía del poder en el aula para generar cambios - Lectura del artículo “Educación y desarrollo de la tolerancia” - https://bit.ly/4frzJ8O - Análisis sobre la importancia de la interacción en las clases - Creación de una clase interactiva sobre el artículo “El poder en el aula y el poder en la escuela” - Propuesta de una clase interactiva - https://bit.ly/4dlx9iQ - Conclusiones de la clase 	1h	<ul style="list-style-type: none"> - Reflexión y análisis del video “Atributos del docente íntegro CONFIANZA” - https://bit.ly/4d5wwdC
UNIDAD 7: Evaluación 9.1 Reconocer el aporte de los trabajos autónomos para mejorar la competencia mediática de los docentes	9	Evaluación de los trabajos autónomos realizados	7h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - Revisión de todos los trabajos realizados - Preparación para la evaluación final - Conclusiones de la clase 	3h	Preparación intensiva para la evaluación final
UNIDAD 8: Proyecto final 10.1 Integrar competencias mediáticas en un	10	Desarrollo de un proyecto final de competencia mediática	6h	4h	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - <i>Feedback</i> de los contenidos de la clase anterior - División de grupos - Diseño y realización de una campaña educativa en línea que utilice recursos como vídeos, 	2h	Preparación del proyecto final

Resultados de aprendizaje	Semana	Contenidos	T. Horas	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Actividades y recursos de aprendizaje autónomo
proyecto educativo completo					afiches y material para redes sociales para abordar un tema relevante para sus estudiantes - Finalización y ajustes del proyecto - Conclusiones de la clase		
UNIDAD 9: Presentación del Proyecto							
11.1 Presentar proyectos de competencia mediática	11	Técnicas de presentación efectiva	7h	4h	- Bienvenida - Presentación y explicación del proceso creativo, las herramientas digitales utilizadas y cómo se abordaron los aspectos éticos y estético	3h	Ajustes finales basados en feedback
UNIDAD 10: Clausura							
12.1 Reflexionar sobre el aprendizaje y cerrar el programa	12	Cierre y reflexión del curso	4h	2h	- Bienvenida - Reflexión sobre cómo implementar estos recursos en su entorno educativo - Ceremonia de clausura; presentación de certificados; sesión de <i>feedback</i> general	2h	Reflexión escrita sobre el aprendizaje alcanzado
TOTAL DE HORAS POR COMPONENTE				46h		31h	
TOTAL DE HORAS DEL CURSO			77h				

Nota. Plan de formación para ser aplicado en 3 meses.

Dado que no fue posible implementar el plan de formación en la parroquia de Valle Hermoso, a causa de desafíos logísticos y administrativos, se ha desarrollado un plan de formación de doce semanas para su futura implementación. Este programa está diseñado para proporcionar una formación en las seis dimensiones de la competencia mediática, con especial énfasis en tecnología y estética, a las cuales se les dedicó dos semanas debido a sus bajos niveles de competencia. La estructura del programa incluye talleres interactivos y actividades autónomas que promueven la reflexión y la aplicación independiente, asegurando que los docentes adquieran conocimientos y desarrollen habilidades críticas para utilizar y enseñar medios de manera efectiva y ética.

4.2.3.1. Experiencia de la implementación del plan de formación en la parroquia El Esfuerzo

Esta investigación forma parte de una macro investigación que incluye las parroquias de San Jacinto, El Esfuerzo, Suma, Valle Hermoso y Alluriquín. Sin embargo, la implementación del plan de formación se llevó a cabo únicamente en la parroquia El Esfuerzo. La investigadora principal actuó en dicha parroquia como capacitadora en la dimensión de procesos de interacción, con la colaboración de una experta de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo.

Las actividades incluyeron talleres y dinámicas grupales que apuntaron a mejorar la comunicación y conexión entre docentes y estudiantes. Aunque se notaron avances en la actitud de los participantes, el desarrollo de habilidades más profundas requerirá de un mayor tiempo y recursos adicionales. Sin embargo, esta experiencia aportó un modelo práctico valioso para realizar ajustes en el diseño del plan de formación, ofreciendo bases sólidas para su implementación futura. Esta iniciativa también destacó la importancia de la retroalimentación continua para optimizar las estrategias de enseñanza. A continuación, se presentan evidencias de la implementación del plan de formación en la parroquia El Esfuerzo (ver anexo 3).

4.2.4. Presupuesto

Para implementar el plan de formación propuesto es esencial estimar un presupuesto que cubra todos los aspectos necesarios. Esta estimación de costos contempla gastos como la compra de materiales educativos, así como también consumos logísticos y administrativos para asegurar una ejecución eficiente del plan. Además, se incluirán los costos asociados a la capacitación continua de los docentes. A continuación, se detallan los gastos estimados.

Tabla 12.
Presupuesto estimado para ejecutar el plan de formación.

Rubro	Descripción	Cant.	Costo Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Suministros de oficina	Materiales de oficina y papelería (incluye impresión, cuadernos, bolígrafos, etc.)	3	\$50,00	\$150,00
Movilización y Transporte	Transporte para 15 docentes durante 12 semanas (1xsem)	12	\$15,00	\$180,00
Refrigerio de los Docentes	Alimentación para 15 docentes durante 12 semanas (1xsem)	180	\$3,50	\$630,00
Certificados	Emisión de certificados de participación y finalización para los docentes que completen satisfactoriamente el programa de formación.	35	\$2,50	\$87,50
Ponentes	Participación de expertos en competencia mediática	3	\$10,00	\$1.320,00
Total estimado				\$2.367,50

Nota. Los costos estimados se basan en valores promedio y pueden variar según la región y la disponibilidad de recursos.

4.2.5. Evaluación del plan de formación

La quinta etapa del plan de formación implica una evaluación crítica por parte de los docentes a través de un formulario de satisfacción. Este proceso es esencial para medir la percepción de los docentes sobre la utilidad y la aplicabilidad de las capacitaciones recibidas. Aunque esta etapa no se implementó en la parroquia de Valle Hermoso, se propone como un paso perentorio en futuras aplicaciones, permitiendo ajustes basados en

la retroalimentación directa de los participantes para optimizar y refinar el plan de formación continuamente.

4.3. Evaluación y comparación del *post test*

El objetivo principal de esta evaluación es analizar el impacto del programa de capacitación comparando los resultados del *pre test* inicial con los del *post test*. Este método permitirá detectar mejoras significativas y fortalezas en la competencia mediática de los participantes, proporcionando datos valiosos para el diseño y mejora de futuras intervenciones educativas. Además, la comparación facilitará la identificación de áreas específicas donde los participantes hayan experimentado el mayor crecimiento, y también aquellas donde sea necesario intensificar los esfuerzos formativos.

Para mejorar la eficacia del *post test* y asegurar la autenticidad de las respuestas, se propone un nuevo banco de preguntas con respecto al instrumento inicial, evitando así patrones repetitivos en las respuestas. Aunque no se pudo aplicar el *post test* en la parroquia de Valle Hermoso, el plan de formación implementado proporcionará una base sólida para futuras evaluaciones formales y la medición de resultados.

El *post test* está estructurado en secciones, comenzando con datos personales para recopilar información básica sobre los participantes. Posteriormente, se incluyen preguntas relacionadas con la competencia mediática, divididas por dimensiones específicas: tecnología, lenguaje, ideología y valores, procesos de producción y difusión, estética, y procesos de interacción. Cada sección contiene ítems diseñados para evaluar la competencia actual de los docentes según los indicadores previamente establecidos.

5. DISCUSIÓN

A continuación, se discuten los hallazgos relacionados, resaltando su influencia en la calidad de la enseñanza y la formación integral del profesorado. Se analiza cómo el fortalecimiento de habilidades críticas para interpretar y manejar contenidos mediáticos es esencial en los procesos educativos. Este estudio enfatiza la corresponsabilidad de la comunicación social con la sociedad, destacando el valor de la alfabetización mediática para los educadores y su reflejo positivo en los estudiantes, contribuyendo a la formación de ciudadanos informados y críticos en un contexto de comunicación social.

Los resultados del *pre test* reflejan en un nivel general mínimo en la competencia mediática de los docentes. Estos datos coinciden con el estudio de Altamirano (2011), quien identificó falencias similares entre docentes y estudiantes de educación superior en la Universidad pública de Nuevo León en México, subrayando la necesidad urgente de implementar programas de alfabetización mediática. Ambos casos resaltan la importancia de reforzar las habilidades tecnológicas y comunicativas de los educadores para asegurar una comprensión y reflexión adecuada sobre la información y los medios utilizados.

Así también, el estudio reveló que la dimensión de ideología y valores obtuvo el mayor porcentaje de logro entre los docentes, con un 55%, resaltando su capacidad para fomentar un entorno escolar inclusivo y ético. Este resultado concuerda con las observaciones de Ferrés y Piscitelli (2012), quienes destacan la importancia de la percepción de la realidad y los valores transmitidos a través de los medios en el desarrollo del pensamiento crítico y la diversidad cultural. Ambos hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer estas competencias en los programas de formación docente para integrar efectivamente estos valores críticos en la enseñanza.

Por otro lado, los resultados de la investigación en la parroquia El Esfuerzo revelaron barreras significativas en la implementación práctica de las teorías que fomentan el pensamiento crítico y la ciudadanía activa. La escasez de recursos tecnológicos y la

formación docente limitada son desafíos palpables que impiden la aplicación efectiva de estos ideales. Este hallazgo contrasta con lo señalado por Pedraza (2024), quien enfatiza la importancia de promover estos valores. La diferencia entre la teoría y la práctica subraya la necesidad de diseñar estrategias de alfabetización mediática adaptadas a las realidades específicas de cada contexto educativo.

En el estudio realizado, solo el 40% de los docentes consideró relevante actuar como prosumidores de medios, lo que contrasta con la perspectiva de Ferrés y Piscitelli (2012). Ellos resaltan la importancia de que los educadores no solo consuman contenidos de manera crítica, sino que también creen y distribuyan sus propios materiales de forma ética y responsable. Este desajuste resalta la necesidad de reforzar la formación docente en la creación y gestión crítica de contenido mediático.

Por otro lado, la presente investigación propone un *post test* para evaluar el impacto del plan de formación en competencia mediática. En contraste, Heredia-Sánchez (2022) utilizó rúbricas cuantitativas y estáticas para la evaluación. Mientras el autor facilita una evaluación continua y formativa adecuada para contextos universitarios, este estudio opta por un método sumativo diseñado para ofrecer una perspectiva integral *post* - intervención. Esta diferenciación subraya la necesidad de adaptar las estrategias evaluativas al contexto específico y los objetivos del plan de formación, destacando la importancia de las evaluaciones sumativas para medir de manera efectiva los cambios en la competencia mediática tras las intervenciones educativas.

Así también, la investigación implementó un *post test* con modificaciones en las preguntas para evaluar específicamente la competencia mediática de los docentes tras el plan de formación. Esta modificación buscaba evitar patrones repetitivos en las respuestas, con el objetivo de asegurar la efectividad de las intervenciones formativas. A diferencia de Pérez y Cortés (2024), que aplican un enfoque consistente, utilizando el mismo cuestionario tanto en la evaluación inicial como en la final. Esta diferencia metodológica resalta la

importancia de adaptar las herramientas de evaluación a las especificidades del contexto educativo.

Como conclusión, queda evidenciada la relevancia de fortalecer la competencia mediática entre los docentes subrayando su influencia en la calidad educativa y la formación de sus estudiantes. Se han comparado estos resultados con investigaciones previas, destacando similitudes y diferencias, y se han identificado áreas críticas que requieren atención y desarrollo.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La presente investigación ha evidenciado una deficiencia significativa en la competencia mediática de los docentes en la parroquia rural Valle Hermoso. A través del *pre test* aplicado, se identificó que la mayoría de los docentes tienen una mayor dificultad para utilizar herramientas tecnológicas y evaluar criterios estéticos en contenidos mediáticos. Estas deficiencias limitan su capacidad para diseñar materiales educativos efectivos y comprometen la integración de tecnologías digitales en el aula. Asimismo, los resultados generales indicaron una competencia mínima, lo cual refleja una necesidad urgente de formación en alfabetización mediática.

Uno de los principales desafíos identificados fue la resistencia al cambio y la falta de familiaridad con las nuevas tecnologías entre los docentes. Sin embargo, con el apoyo adecuado y una capacitación continua, es posible superar estas barreras. Además, se han obtenido valiosos aprendizajes sobre la necesidad de adaptar el plan de formación a diversos contextos y necesidades específicas.

Las limitaciones de la investigación incluyen la muestra reducida y la imposibilidad de implementar el plan de formación en la parroquia de Valle Hermoso. Sin embargo, estas limitaciones también abren la puerta a futuras investigaciones y ampliaciones del estudio, que podrían incluir una muestra más grande y diversa, así como una evaluación longitudinal para medir el impacto a largo plazo de la formación en competencia mediática.

6.2. Recomendaciones

A partir de las conclusiones de este estudio, se recomienda ampliar la implementación del plan de formación en la parroquia Valle Hermoso y en las demás parroquias de la provincial, e incorporar un seguimiento y evaluación continua para monitorear los efectos a largo plazo. Además, se sugiere fomentar la capacitación continua de los docentes en competencia mediática, especialmente en actualización tecnológica, y

alentar su participación en comunidades de práctica que faciliten el intercambio de experiencias y mejores prácticas.

Se recomienda la creación de recursos digitales que faciliten la adaptación y optimización de la alfabetización mediática en diversas situaciones educativas, incluyendo la implementación de rúbricas digitales para la evaluación continua y formativa. Estas herramientas permitirían a los educadores realizar ajustes pedagógicos en tiempo real, mejorando así la integración de competencias transmedia en el aula y reflejando la co-responsabilidad de la comunicación social con la formación ciudadana en la era digital. Este enfoque es complementario a las innovaciones propuestas por Scolari (2020) en el Proyecto de Alfabetización Transmedia, que integra herramientas didácticas adaptativas para fomentar la competencia mediática en contextos educativos.

También se recomienda incorporar una entrevista como instrumento de post test en futuros estudios para una comprensión más profunda del impacto de la formación, evaluando tanto las competencias adquiridas como los cambios en las prácticas docentes y el rendimiento estudiantil. Por último, es esencial aumentar el apoyo institucional buscando alianzas con entidades educativas y gubernamentales que aseguren los recursos necesarios y promuevan políticas que respalden la formación continua en alfabetización mediática. Estas acciones no solo mejorarán la competencia mediática de los docentes, sino que también contribuirán a crear un entorno educativo más dinámico y adaptado a las necesidades actuales.

7. REFERENCIAS

- Acevedo, G. D. R. (1998). Ciencia, Tecnología y Sociedad: una mirada desde la educación en tecnología. *Revista Iberoamericana de Educación*, 18, 107-143.
<https://doi.org/10.35362/rie1801094>
- Aguaded, I. (2013). Media Programme (UE) - International support for media education. *Comunicar*, 20(40), 07-08.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-01>
- Aguaded, J. I. (2012). La educomunicación una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 1(2), 259-261.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3970464>
- Aguaded, J.I. y Cabero, J. (2013). Tecnologías y medios para la educación en la e-sociedad. *Alianza Editorial*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=541570>
- Altamirano, S. G. G. (2021). Perfil de alfabetización mediática de estudiantes y docentes de educación superior. *CPU-e Revista de Investigación Educativa*, 32, 88-110.
<https://doi.org/10.25009/cpue.v0i32.2735>
- Arenas Fernández, A. H. (2022). *Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos* [Tesis de doctorado, Universidad de Huelva] Repositorio Institucional.
<https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/21425>
- Baigorri, J., Xavier, B. I. V., Cisneros, M. R., González, L., Manzano, J., y Peñalba, V. (Ed). (1997). *Enseñar y aprender tecnología en la educación secundaria*. ICE – Horsori.
<https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/174535>
- Barbas Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *FahrenHouse*, 10(14), 157-175.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>

- Bozada, C. J. M. (2020). Tecnología en la educación ecuatoriana logros, problemas y debilidades. *Dominio de las Ciencias*. 6(3), 496-516.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539706>
- Brand Lab Marketing. (2020, 26 de noviembre). *Los errores más comunes al llevar tus redes sociales* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=IDS0tS_vmP0
- Cariás, F. (2022). *Radio, educomunicación e interculturalidad. Análisis a partir de prácticas educomunicativas en escuelas rurales del sur de Chile* [Tesis de doctorado, Universidad de Cádiz]. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=313645>
- Carrión, G., Celly, S., Torres-Toukoumidis, A., Ortiz, F., y Freire, R. (2019). *Libro Blanco: Competencias Mediáticas en Ecuador*. Pearson.
https://www.academia.edu/39667881/Libro_Blanco_Competencias_medi%C3%A1ticas_en_Ecuador
- Castellano-Manosalva, D., y Sinmaleza-Peña, K. (2022). Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional RiPUCE. https://issuu.com/pucesd/docs/tt_castellano_dayra_y_sinmaleza_krystel
- Chávez-Reynosa, N. (2021). *Educomunicación, alfabetización digital y calidad en programas de postgrados virtuales en la región centroamericana* [Tesis de doctorado, Universidad de Huelva] Repositorio Institucional. <https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/20114>
- Constitución de la República de Ecuador [Const.]. *Artículo 27*. [Título I]. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008 (Ecuador).
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Constitución de la República de Ecuador [Const.]. Artículo 347. [Título I]. Normas constitucionales Constitución de la República del Ecuador 19 de diciembre de 2013 (Ecuador). https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/TRANSP-NORMAS_CONSTITUCIONALES.pdf

- Contreras, A. C. (2015). *Informe de Asistencia Técnica Grupos Diálogo Rural/Impactos A Gran Escala, Situación de la educación rural en Ecuador* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva] Repositorio Institucional. https://rimisp.org/wp-content/files_mf/1439406281ATInformeTecnicoSituaciondelaEducacionruralenEcuador.pdf
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Gráfica*, 2(4), 89-107. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.23>
- Díaz-Aguado, M. J., Martínez Arias, R., y Baraja, A. (1994). *Educación y desarrollo de la tolerancia. Programas para favorecer la interacción educativa en contextos étnicamente heterogéneos*. Ministerio de Educación. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=u-AyCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=La+interaccion+en+la+educaci%C3%B3n+&ots=3ucRcZIRVZ&sig=JE5FmPNfx9fcRZSJWWAyZVHK2iM#v=onepage&q=La%20interaccion%20en%20la%20educaci%C3%B3n&f=false>
- en docentes en formación, con base en el currículum alfamed. Chávez, M.R y Oliveira, S,J. (Eds.) *La comunicación ante el reto de las inteligencias artificiales, innovación, investigación y transferencias* (pp. 12–1205). Dykinson. <https://www.dykinson.com/libros/la-comunicacion-ante-el-reto-de-las-inteligencias-artificiales-innovacion-investigacion-y-transferencias/9788411709286/>
- Ferrés Prats, J., García Matilla, A., Aguaded Gómez, J. I., Fernández Cavia, J., Figueras Maz, M., Blanes, M., y Zarandona de Juan, E. (2011). *Competencia mediática: investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/46867>
- Ferrés, J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- García, T.M. (2002) *El cuestionario. Un instrumento para la investigación en las ciencias sociales*. Laertes Barcelona.

https://www.academia.edu/8713679/EL_CUESTIONARIO_COMO_INSTRUMENTO_DE_INVESTIGACION_EVALUACION

- García-Ruiz, R., Morueta, R. T., y Gómez, Á. H. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula abierta*, 47(3), 291-298 <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/12686/11795>
- García-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, A., Torres, Á., Delgado-Ponce, Á., Contreras-Pulido, P., Pérez-Escoda, A... y del Pino, M. S. (2018). *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Abya Yala. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/17049>
- Garro-Rojas, L. (2019). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Educación*, 44(1), 502–514. <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708>
- González-Fernández, M. O. (2021). Competencias digitales del docente de bachillerato ante la enseñanza remota de emergencia. *Apertura*, 13(1), 6-19. <https://doi.org/10.32870/ap.v13n1.1991>
- Grados, J (Ed.) (2009). CAPACITACION y DESARROLLO DE PERSONAL 4ed - JAIME a GRADOS ESPINOSA. https://www.academia.edu/16545190/CAPACITACION_Y_DESARROLLO_DE_PERSONAL_4ed_JAIME_A_GRADOS_ESPINOSA
- Grizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Cheung, C. K., Lau, J., Fischer, R., y Zibi Fama, P. A. (2023). *Ciudadanía alfabetizada en medios e información: pensar críticamente, hacer clic sabiamente* (4ª ed.). Trillas.
- Hagámoslo Bien. (2021, 26 marzo). Atributos del docente íntegro CONFIANZA [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Kx8XcDoD9Po>
- Heredia-Sánchez, H.S. (2022). Una propuesta de WebQuest para la formación en competencias mediáticas e informacionales desde las bibliotecas universitarias. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 37(123), 96- 111. <http://eprints.rclis.org/43385/>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativa o mixta: la idea. En Metodología de la investigación* (5^a ed.). McGraw-Hill.
- Hill, M. E. (2022). LA ÉTICA y LA EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD DIGITAL. *Societas*, 24(2), 210- 218. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3413160009/html/>
- Hobbs, R. (2016) Cuestiones pedagógicas en la educación mediática de EE.UU. *Taylor y Francis*, 17, 453-466. <https://doi.org/10.1080/23808985.1994.11678897>
- INEC, (Ed.) (2022). "Tecnología de la información y comunicación". Administración Central, Quito – Ecuador. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Javier Romero. (2020, 6 septiembre). LOS CÓDIGOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0XdKx0rLONw>
- LAURA GALLARDO. (2020, 5 marzo). El mejor Anuncio del mundo mundial [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ouy2K4RwoXc>
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- López-Romero, L., De la Cinta, & Aguaded-Gómez, M. (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, 22(44), 187-195. <https://doi.org/10.3916/c44-2015-20>
- Marino, R. A. (2005). *Educación no formal*. Ministerio de educación. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=H3lfBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA85&dq=MEDIOS+DE+COMUNICACI%C3%93N+Y+EDUCACI%C3%93N&ots=ruvWVDUCnf&sig=LG-78MVO_KY8Pw7kDDn7eVh-CL0#v=onepage&q=MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N%20Y%20EDUCACI%C3%93N&f=false
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. *Paidós*. <http://www.catedraa.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/Influencia-de-las-noticias-sobre-nuestras-im%C3%A1genes-del-mundo.pdf>

- Ministerio de Educación (Ed.) (2023). Datos abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador. <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos/>
- Ministerio de Educación del Ecuador (Ed.) (2017). Agenda Educativa Digital. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/Agenda-Educativa-Digital.pdf>
- Moraga, A. L. R. (2003). Historia e Internet: aproximación al futuro de la labor investigadora. *Aportacions de la comunicació a la comprensió i construcció de la història del segle XX*, 1, 369-395. <https://www.academia.edu/download/32867490/historiaeinternet.pdf>
- Moreno, P. (2205). Metodología de la investigación. En *El profesorado de Educación Física y las competencias básicas en TIC en el desarrollo de su actividad profesional*, (pp. 175-200). <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3830>
- Muñiz, J., y Hambleton, R. K. (1996). Directrices para la traducción y adaptación de los tests. *Papeles del psicólogo*, 66(1), 63-70. <https://www.psychologistpapers.com/abstract?pii=737>
- Pedraza Ramirez, C. E., y Gil-Quintana, J. (2024). Competencias mediáticas del profesorado en formación en Colombia: pensamiento y ciudadanía críticos. Hachetetepé. *Revista científica De Educación Y Comunicación*, (28), 1201. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2024.i28.1201>
- Peñalva, T. S. (2022). La alfabetización mediática en la Unión Europea: evaluación del proyecto de formación del profesorado de "Media in Action". [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio Institucional. <https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/21895>
- Pérez, N.L. y Cortés, J.A. (2024). Desarrollo de competencias mediáticas
- Pineda, E. B., Canales, F. H. D., y Alvarado, E. L. D. (1994). *Metodología de la investigación: Manual para el desarrollo de personal de salud* (2^a ed.). EVID. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-372320>

- Postman, N. (1985). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del "show business"*. Ediciones de la Tempestad. <https://traficantes.net/libros/divertirse-hasta-morir>
- Ramírez-García, A., y González-Fernández, N. (2016). Competencia mediática del profesorado y del alumnado de educación obligatoria en España. *Comunicar*, 24(49), 49-58. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-05>
- Rivera, D., Ugalde, C., González-Cabrera, C., y Carrión-Salinas, G. (2015). Competencias mediáticas en el contexto educativo de Ecuador: resultados de Loja, Zamora y Cuenca. *ResearchGate*, 2482- 2496. https://www.researchgate.net/publication/287218334_Competencias_mediaticas_en_el_contexto_educativo_de_Ecuador_Resultados_de_Loja_Zamora_y_Cuenca
- Rivera, D., Zuluaga, L. I., Ramírez, N. M. M., Romero-Rodríguez, L. M., y Aguaded, I. (2017). Docentes y Competencias Mediáticas: Experiencia de Ciudadanía en Colombia y Ecuador, 27(66). <https://doi.org/10.1590/1982-43272766201710>
- Rivera-Rogel, D., Mier, C., Rodríguez-Hidalgo, C., Andrade, L., Iriarte, M., Marín-Gutiérrez, I., Beltrán, A.B., Velásquez, A., Mendoza-Zambrano, D., Ugalde, C., González, C.,
- Romagni, S., Jorge, A. M., Diego, J., y Asensio, S. (2008). LA MEDIDA DEL FACTOR ESTÉTICO DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO. UN ESTUDIO COMPARADO. *Comunicaciones presentadas al XII Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos: celebrado en Zaragoza en 2008* (p. 39). Asociación Española de Ingeniería de Proyectos (AEIPRO) <http://dspace.aepro.com/xmlui/handle/123456789/1953>
- Sulbarán, E., Boscán, J. P., y Pirela, J. (2001). ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SU IMPORTANCIA EN LA FORMACIÓN DEL COMUNICADOR AUDIOVISUAL. *Investigación y Postgrado*, 16(2), 53-71. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872001000200004

Teruel, B. (2014). *Influencia de la publicidad televisiva en los menores, Análisis de las campañas. Vuelta al cole” y “Navidad.* [Tesis doctoral, Universidad de Málaga].

Repositorio Institucional. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8590>

UNESCO (Ed.) (2023). *Alfabetización mediática e informacional.*

<https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>

Wilson, C. (2012). Alfabetización mediática e informacional: Proyecciones didácticas.

Comunicar, 20(39), 15-24. <https://doi.org/10.3916/c39-2012-02-01>

8. ANEXOS

Anexo 1. Ámbitos e indicadores de las seis dimensiones que presentó Ferrés y Piscitelli (retorno).

		LENGUAJE	TECNOLOGÍA	PROCESOS DE INTERACCIÓN	IDEOLOGÍA Y VALORES	PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	ESTÉTICA
INDICADORES	ÁMBITOS DE ANÁLISIS	<p>1. Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación</p> <p>2. Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido</p> <p>3. Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.</p> <p>4. Capacidad de establecer relaciones entre textos – intertextualidad –, códigos y medios</p>	<p>1. Comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.</p> <p>2. Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.</p> <p>3. Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.</p> <p>4. Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.</p>	<p>1. Capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables</p> <p>2. Capacidad de dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individual o colectivamente:</p> <p>3. Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.</p> <p>4. Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.</p> <p>5. Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de</p>	<p>1. Capacidad de descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad.</p> <p>2. Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información</p> <p>3. Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas</p> <p>4. Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares</p> <p>5. Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.</p> <p>6. Capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los Estereotipos.</p> <p>7. Capacidad de analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que</p>	<p>1. Conocimiento 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>2. Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.</p> <p>3. Conocimientos básicos sobre los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión.</p> <p>4. Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.</p>	<p>1. Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica.</p> <p>2. Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.</p> <p>3. Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas</p> <p>4. Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias</p>

		LENGUAJE	TECNOLOGÍA	PROCESOS DE INTERACCIÓN	IDEOLOGÍA Y VALORES	PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	ESTÉTICA
				<p>Interacción.</p> <p>6. Conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.</p> <p>7. Capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un período de medios transfronterizos.</p> <p>8. Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje</p>	<p>ejercen los medios.</p> <p>8. Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor</p> <p>9. Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción con las pantallas</p>		
		LENGUAJE	TECNOLOGÍA	PROCESOS DE INTERACCIÓN	IDEOLOGÍA Y VALORES	PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	ESTÉTICA
	ÁMBITOS DE EXPRESIÓN	<p>1. Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación</p> <p>2. Capacidad de 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>3. Capacidad de modificar productos</p>	<p>1. Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.</p> <p>2. Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen.</p> <p>3. Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones</p>	<p>1. Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para y transformarse y para transformar el entorno</p> <p>2. Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.</p>	<p>1. Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno.</p> <p>2. Capacidad de elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas.</p> <p>3. Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo</p>	<p>1. Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo.</p> <p>2. Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales.</p> <p>3. Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos</p>	<p>1. Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad.</p> <p>2. Capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad</p>

	LENGUAJE	TECNOLOGÍA	PROCESOS DE INTERACCIÓN	IDEOLOGÍA Y VALORES	PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	ESTÉTICA
	existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.	s de la realidad	<p>3. Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.</p> <p>4. Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.</p>		<p>significados</p> <p>4. Capacidad de compartir y diseminar información, a través de los medios tradicionales y de las redes sociales, incrementando la visibilidad de los mensajes, en interacción con comunidades.</p> <p>5. Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.</p> <p>6. Capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «creative commons».</p> <p>7. Capacidad de generar redes de colaboración y de retroalimentarlas, y actitud comprometida ante ellas</p>	estética.

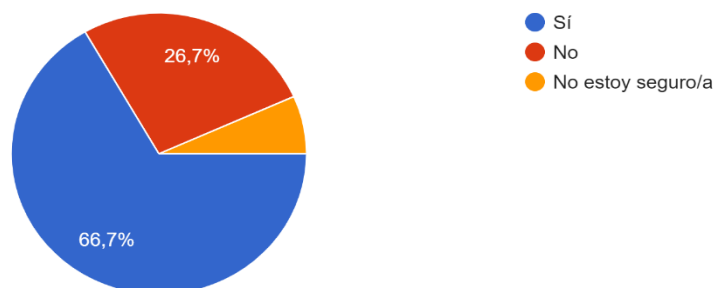
Fuente: Elaboración a partir de Ferres y Piscitelli (2012)

Anexo 2. Preguntas del pretest (retorno).

Dimensión tecnología

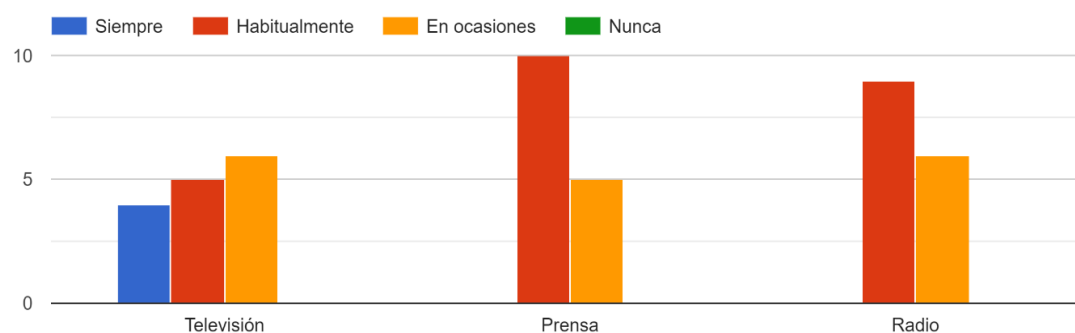
¿Considera usted que los docentes de zonas rurales tienen conocimientos suficientes sobre cómo usar diferentes tipos de medios de comunicación para enseñar?

15 respuestas



Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Usted fomenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula, mediante contenido audiovisual en los medios emergentes?	Siempre	4	26,70%	3	12,00	0,80
	Habitualmente	5	33,30 %	2	10,00	0,67
	En ocasiones	5	33,30%	2,50	12,50	0,83
	Nunca	1	6,70%	1	1,00	0,07
TOTAL		15	100,00%			2,37

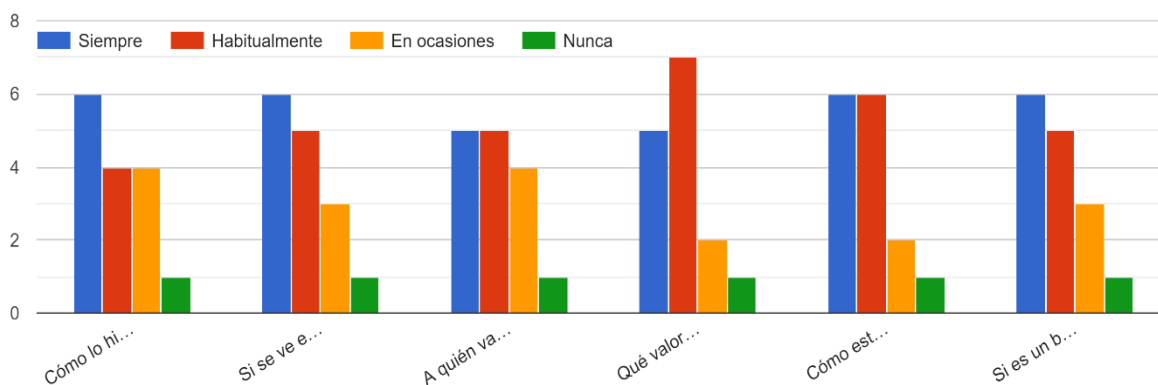
¿Con qué frecuencia influyen los siguientes medios de comunicación tradicional en su actividad profesional?



Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia considera usted que utiliza correctamente las herramientas para diseñar y difundir creaciones o productos mediáticos?	Siempre	7	46,70%	3	21,00	1,40
	Habitualmente	6	40,00%	2	12,00	0,80
	En ocasiones	2	13,30%	1	2,00	0,13
	Nunca	0	0,00%	0	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,33

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Usted reconoce los programas informáticos con los que se elabora una creación audiovisual o producto mediático?	Siempre	5	33,30%	3	15,00	1,00
	Habitualmente	5	33,30%	2	10,00	0,67
	En ocasiones	3	20,00%	1	3,00	0,20
	Nunca	2	13,30%	0	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			1,67

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



Dimensión lenguaje

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
Cuando usted crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático ¿Utiliza correctamente los códigos del lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes?	Siempre	10	53,30%	3	30,00	2,00
	Habitualmente	0	13,30%	2,50	0,00	0,00
	En ocasiones	3	20,00%	2	6,00	0,40
	Nunca	2	13,30%	1	2,00	0,13
TOTAL		15	100,00%			2,53

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Considera usted relevante ser prosumer de los medios de comunicación?	Nada	4	26,70%	0	0,00	0,00
	Baja	0	0,00%	1	0,00	0,00
	Media	5	33,30%	2	10,00	0,67
	Muy importante	6	40,00%	3	18,00	1,20
TOTAL		15	100,00%			1,87

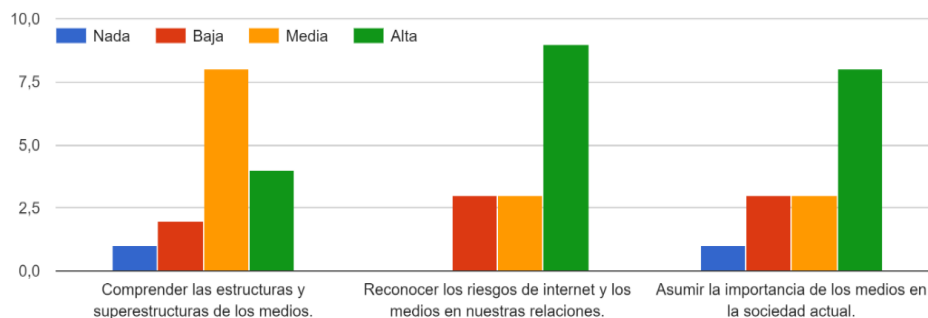
Dimensión ideología y valores

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Reconoce usted la importancia de integrar la alfabetización	Siempre	9	60,00%	3	27,00	1,80
	Habitualmente	4	26,70%	2,50	10,00	0,67
	En ocasiones	2	13,30%	2	4,00	0,27
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00

mediática en los estudiantes?

TOTAL	15	100,00%	2,73
--------------	-----------	----------------	-------------

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



Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Fomenta entre sus estudiantes la iniciativa de denunciar malas prácticas o usos inapropiados de los medios de comunicación, las redes sociales y el internet?	Siempre	8	53,30%	3	24,00	1,60
	Habitualmente	4	26,70%	2,50	10,00	0,67
	En ocasiones	1	6,70%	2	2,00	0,13
	Nunca	2	13,30%	1	2,00	0,13
TOTAL		15	100,00%			2,53

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Considera usted que los docentes son los únicos responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes?	Sí	1	6,70%	1	1,00	0,07
	No	14	93,30%	3	42,00	2,80
TOTAL		15	100,00%			2,87

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Usted reconoce la ideología que se transmite a través de una creación o producto mediático?	Siempre	3	20,00%	3	9,00	0,60
	Habitualmente	9	60,00%	2,50	22,50	1,50
	En ocasiones	3	20,00%	2	6,00	0,40
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,5

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Tiene usted en cuenta los valores (transparencia, honestidad e integridad, etc.) que desea comunicar a través de sus mensajes?	Siempre	11	73,30%	3	33,00	2,20
	Habitualmente	3	20,00%	2	6,00	0,40
	En ocasiones	1	6,70%	2,50	2,50	0,17
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,77

Dimensión procesos de producción y difusión

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Usted prioriza la búsqueda de información significativa y relevante para su vida?	Siempre	9	60,00%	3	27,00	1,80
	Habitualmente	3	20,00%	2,50	7,50	0,50
	En ocasiones	3	20,00%	2	6,00	0,40
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,70

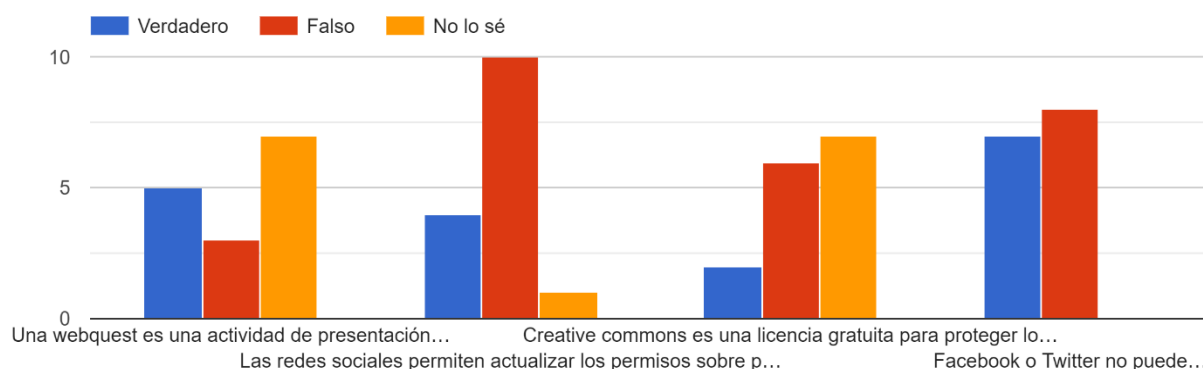
Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Qué tan relevante considera sintetizar la información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación?	Muy importante	1	93,30%	3	42,00	2,80
	Media	1	6,70%	2,50	2,50	0,17
	Baja	0	0,00%	2	0,00	0,00
	Nada	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,97

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Considera usted que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en su vida, tanto a nivel personal como social?	Sí	15	100,00%	3	45,00	3,00
	No	0	0,00%	1	0,00	0,00
	No lo sé	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			3,00

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿En su país existen códigos deontológicos que regulan los contenidos que emiten los diferentes medios de comunicación?	Sí	9	60,00%	3	27,00	1,80
	No	1	6,70%	1	1,00	0,07
	No lo sé	5	33,30%	1	5,00	0,33
TOTAL		15	100,00%			2,20

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Con qué frecuencia usted considera que aparecen estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación?	Siempre	7	46,70%	3	21,00	1,40
	Habitualmente	8	53,30%	2,5	20,00	1,33
	En ocasiones	0	0,00%	2	0,00	0,00
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,73

Identifique si los siguientes enunciados son correctos o no.



Dimensión estética

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Al diseñar mensajes o contenido mediático usted prioriza la atención al detalle en aspectos estéticos y artísticos para lograr una presentación visualmente atractiva e impactante?	Siempre	5	33,30%	3	15,00	1,00
	Habitualmente	6	40,00%	2	12,00	0,80
	En ocasiones	4	26,70%	2,5	10,00	0,67
	Nunca	0	0,00%	1	0,00	0,00
TOTAL		15	100,00%			2,47

Dimensión procesos de interacción

Pregunta	Opciones de respuesta	Frecuencia	%	Ponderación	Calificación	Promedio de calificación /respuesta
¿Cómo valora usted que los profesores utilicen los medios de comunicación de manera responsable y efectiva en sus clases?	1	0	0,00%	0,5	0,00	0,00
	2	0	0,00%	1	0,00	0,00
	3	2	13,30%	1,5	3,00	0,20
	4	2	13,30%	2	4,00	0,27
	5	11	73,30%	3	33,00	2,20
TOTAL		15	100,00%			2,67

Anexo 3. Implementación del plan de formación en la parroquia El Esfuerzo (retorno).

Inauguración del plan de formación.



Capacitación en la dimensión de lenguaje.



Capacitación en la dimensión de procesos de producción y difusión.



Capacitación en la dimensión estética.



Capacitación en la dimensión tecnología.



Capacitación en la dimensión procesos de interacción.

