



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

**ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN
BÁSICA EN LA ZONA RURAL PARROQUIA “SAN JACINTO DEL BÚA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, Mención en Periodismo
para Prensa, Radio y Televisión

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

Autoría:

Castro Ruiz Kerly Melissa

Dirección:

Gutiérrez Romero José Marcelino, Mg.

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO

Coordinación de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

HOJA DE APROBACIÓN

**ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN
BÁSICA EN LA ZONA RURAL PARROQUIA "SAN JACINTO DEL BÚA"**

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

Autoría:

Castro Ruiz Kerly Melissa

Revisado por:

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

Forero Castellanos Martha Luz, Mg.
CALIFICADORA

Moreira Cedeño Cristian Marcelo, Mg.
CALIFICADOR

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

Santo Domingo – Ecuador
Septiembre, 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Castro Ruiz Kerly Melissa, portadora de la cédula de ciudadanía 1755407895, 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 nuestra 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.



Castro Ruiz Kerly Melissa
C.C. 1755407895

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, Mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión titulado: ALFABETIZACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN PROFESORES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN LA ZONA RURAL PARROQUIA “SAN JACINTO DEL BÚA”, realizado por la estudiante: Castro Ruiz Kerly Melissa con cédula de ciudadanía 1755407895, 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

Profesor Titular Auxiliar I

RESUMEN

La educomunicación en los tiempos actuales ha conllevado a la evolución y al cambio a nivel global. La adaptación a los cambios tecnológicos, una era digital que evoluciona y el derecho a la educación, deben relacionarse entre sí para enfrentar las exigencias del día a día. Por consiguiente, poseer habilidades para emplear herramientas, escenarios y condiciones específicas que alcancen un equilibrio entre la alfabetización mediática, los medios digitales y la formación académica de calidad, permite una enseñanza óptima.

El presente estudio centrado en la educomunicación, alfabetización y competencia mediáticas, busca identificar el nivel de competencia mediática de los profesores de educación básica en la localidad de San Jacinto del Búa, que permita desarrollar una planificación de capacitación que contribuya con el mejoramiento de sus conocimientos y habilidades. Se empleó una metodología cuantitativa de carácter no experimental y un diseño transeccional descriptivo, desarrollando una encuesta inicial a una muestra representativa de 15 docentes, adaptando las seis dimensiones en función a la propuesta de Ferrés y Piscitelli que considera 55 indicadores dentro de la competencia mediática, determinando el nivel de conocimientos de estos.

Acorde a los resultados obtenidos de la encuesta y empleando la metodología antes mencionada, el nivel de competencia mediática reflejado alcanzó un nivel medio con un porcentaje de logro de 73,8%, donde las dimensiones identificadas con ciertas debilidades fueron lenguaje, tecnología y estética. Con base a los resultados, se puede concluir que el nivel de competencia mediática en los docentes es medio, y la planificación descrita en el estudio como modelo de capacitación para reforzar las debilidades y fortalecer los conocimientos de los profesores se vuelve fundamental para mejorar sus habilidades mediáticas.

Palabras clave: alfabetización mediática, competencia mediática, educomunicación.

ABSTRACT

Educommunication in contemporary times has led to global evolution and change. The adaptation to technological changes, a digital era that is evolving, and the right to education must be interconnected to meet the daily demands. Consequently, possessing skills to use tools, scenarios, and specific conditions that achieve a balance between media literacy, digital media, and quality academic training allows for optimal teaching.

This study, focused on educommunication, literacy, and media competence, seeks to identify the level of media competence among basic education teachers in the San Jacinto del Búa locality, to develop a training plan that contributes to improving their knowledge and skills. A non-experimental quantitative methodology and a descriptive cross-sectional design were employed, developing an initial survey for a representative sample of 15 teachers, adapting the six dimensions according to Ferrés and Piscitelli's proposal, which includes 55 indicators within media competence, determining their knowledge level.

According to the results obtained from the survey and using the aforementioned methodology, the media competence level achieved was average with a performance percentage of 73.8%, where the dimensions identified with certain weaknesses were language, technology, and aesthetics. Based on the results, it can be concluded that the media competence level among teachers is average, and the training plan described in the study as a model to address weaknesses and strengthen teachers' knowledge is essential to improving their media skills.

Keywords: media literacy, media competence, educommunication.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Antecedentes.....	14
1.2. Planteamiento y delimitación del problema	16
1.3. Preguntas de investigación	17
1.4. Objetivos de investigación	19
1.4.1. Objetivo general.....	19
1.4.2. Objetivos específicos.....	19
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	20
2.1. Educomunicación	20
2.2. Alfabetización mediática	23
2.3. Competencias mediáticas	25
3. METODOLOGÍA	33
3.1. Enfoque y tipo de investigación	33
3.2. Unidades de análisis	34
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación.....	34
3.4. Técnicas de análisis de datos.....	35
4. RESULTADOS.....	36
4.1. Identificación de competencia mediática en profesores	36
4.1.1. Peso por dimensión	36
4.1.2. Ponderación de indicadores.....	38
4.1.3. Proceso para la obtención de calificación por dimensión	39
4.1.4. Nivel de competencia mediática	41
4.2. Programa de formación en competencias digitales	43
4.2.1. Planificación y organización	44

4.2.1.1. Detectar necesidades	44
4.2.1.2. Objetivos generales	45
4.2.1.3. Plan de formación	45
4.2.1.4. Recursos	52
4.2.1.4.1. Recursos humanos	52
4.2.2. Ejecución.....	55
4.2.2.1. Desarrollo de la capacitación.....	55
4.2.3. Evaluación.....	56
4.2.3.1. Aplicación de encuesta de satisfacción.....	56
4.3. Aplicación de <i>pos test</i>	56
5. DISCUSIÓN	57
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
7. REFERENCIAS.....	62
8. ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensión lenguaje.....	28
Tabla 2. Dimensión tecnología.....	29
Tabla 3. Dimensión procesos de interacción.....	30
Tabla 4. Dimensión producción y difusión	30
Tabla 5. Dimensión ideología y valores.....	31
Tabla 6. Dimensión estética	32
Tabla 7. Valor de peso de cada competencia.....	37
Tabla 8. Ponderación de indicadores por ámbito de análisis y expresión.....	38
Tabla 9. Calificación promedio ponderada por dimensión.	40
Tabla 10. Rangos de calificación y porcentaje de logro.	41
Tabla 11. Niveles de competencia mediática general.	41
Tabla 12. Calificación final de nivel de competencia mediática.	42
Tabla 14. Detalle del plan de capacitación.	46
Tabla 15. Gastos generales para la formación.	52
Tabla 17. Cronograma de actividades.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de diagnóstico.....	36
Figura 2. Programa de formación.....	43

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Indicadores de la competencia mediática.....	66
Anexo 2. Aspectos descriptivos del docente.....	67
Anexo 3. Edad de los docentes.....	67
Anexo 4. Nivel educativo	67
Anexo 5. Parroquia donde pertenece.....	67
Anexo 6. Lugar de docencia.....	67
Anexo 7. Conocimientos de los tipos de medios de comunicación.....	68
Anexo 8. Importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes.....	68
Anexo 9. Uso de los medios de comunicación de manera responsable y efectiva en sus clases.....	68
Anexo 10. Uso responsable de los medios de comunicación.	69
Anexo 11. Usos inapropiados de los medios de comunicación, redes sociales y el internet.	69
Anexo 12. Producción mediática de estudiantes en el aula, mediante contenido audiovisual en los medios emergentes.....	69
Anexo 13. Los docentes son responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes.....	70
Anexo 14. Conocer las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en la vida profesional.....	70
Anexo 15. Frecuencia de los medios de comunicación tradicional en la actividad profesional.	70
Anexo 16. Frecuencia del uso de recursos educativos para mejorar presentaciones y contrastar información.	71
Anexo 17. Selección de materiales de los medios de comunicación para el uso en clases .	71
Anexo 18. Grado de importancia en competencias asociadas a la educación en medios de comunicación.	72

Anexo 19. Nivel de dominio de medios de comunicación clásicos y emergentes.	73
Anexo 20. Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental.	73
Anexo 21. Búsqueda de información significativa y relevante.	73
Anexo 22. Medio de comunicación interactivo para comunicarse.....	74
Anexo 23. Sintetizar información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación.	74
Anexo 24. Uso correcto de las herramientas para diseñar o difundir creaciones o productos mediáticos.	74
Anexo 25. Uso de los valores que desea comunicar a través de sus mensajes.	75
Anexo 26. Reconocimiento de la ideología que se transmite.....	75
Anexo 27. Identificación de los siguientes enunciados.	75
Anexo 28. Códigos deontológicos que regulan los contenidos.	76
Anexo 29. Estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación.	77
Anexo 30. Identificación de una publicación el uso de códigos de lenguaje audiovisual.	77
Anexo 31. Uso de los códigos de lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño.	77
Anexo 32. Reconocimiento sobre una creación audiovisual o producto mediático.	78
Anexo 33. Aspectos estéticos y artísticos que sean impactantes.	78
Anexo 34. Reconocimiento de un producto mediático cuando no cumple con exigencias de gusto estético o artístico.	78
Anexo 35. Prosumer de los medios de comunicación.	79
Anexo 36. Calificación por pregunta.	79
Anexo 37. Calificación por ámbito de análisis y de expresión.....	79
Anexo 38. Carta de aceptación de investigación académica Unidad Educativa San Jacinto del Búa.	80
Anexo 39. Aplicación de encuestas a los docentes de San Jacinto del Búa.	81
Anexo 40. Acompañamiento de capacitación a docentes en El Esfuerzo.	81
Anexo 41. Grupo de capacitación en El Esfuerzo.	81

1. INTRODUCCIÓN

La educomunicación se posiciona como un concepto intermedio entre educación y comunicación, ámbito esencial e imprescindible para relacionarse con los nuevos medios de interacción. Dada la influencia significativa de los mismos en la sociedad y sin discriminar rangos de edad, su objetivo es cultivar habilidades críticas con respecto a la dieta mediática para un uso responsable de la información. En el campo educativo, estimula la participación reflexiva de los estudiantes, promoviendo un aprendizaje más efectivo y significativo. (Aguaded, 2012).

A medida que las nuevas tecnologías se han apoderado de la sociedad, da inicio nuevas experiencias y oportunidades para enriquecer el proceso educomunicativo. Ramos (2021) menciona que la integración de dispositivos como teléfonos y tabletas se convierten en una herramienta valiosa para facilitar el aprendizaje de los estudiantes, es por ello por lo que la utilización de recursos como vídeos, podcast y productos visuales son una fuente importante para el estudio educativo, lo que permite a los estudiantes aprender a su propio ritmo. Además, esto capacita a los profesores para brindar nuevas formas de enriquecer la experiencia educativa y promover la participación de los estudiantes.

La Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) se refiere al proceso de adquirir habilidades para desenvolverse en los medios actuales. Busca enseñar a las personas, a analizar críticamente la información, ser consumidores y productores responsables de contenido, y navegar de manera consciente en el entorno digital. La AMI reconoce la importancia de los medios en la vida cotidiana, destaca la libertad de expresión e información, y busca empoderar a los ciudadanos para tomar decisiones informadas en un mundo digital complejo. (UNESCO, 2023)

Como consecuencia de la AMI, Ferrés y Piscitelli (2012), afirman que la competencia mediática aborda tanto el ámbito de análisis crítico como el de expresión en el contexto de

los medios de comunicación; esto implica la capacidad crítica de comprender los medios y expresarse efectivamente a través de ellos. En ellos incluyen aspectos como la alfabetización digital, la interpretación de mensajes mediáticos, la creación de contenido y la comprensión de la influencia de los medios en la sociedad. Donde se presenta como una habilidad integral que va más allá del mero consumo pasivo de medios, incluyendo la interpretación, evaluación y creación de contenido, siendo esencial para participar activa y conscientemente en la era de la información y la comunicación.

Los enfoques analizados son imperativos en la construcción de la sociedad para comprender, analizar y participar de manera consciente en el entorno digital, destacando la importancia de una participación reflexiva para desenvolverse de manera informada en la sociedad actual.

1.1. Antecedentes

Una vez analizado el ecosistema de la educomunicación, AMI y la competencia mediática, a continuación, se abordan estudios en distintas escalas para conocer los antecedentes a través de una búsqueda bibliográfica en bases de datos de reconocimiento académico.

A nivel internacional, se destaca el caso de estudio de Arenas-Fernández (2022), realizado en Colombia, donde se evaluaron a nivel nacional un total de 1.548 estudiantes abarcando los niveles de educación básica, media y superior, así como a 103 profesores de educación superior. Utilizaron la metodología cuantitativa de carácter no experimental y un diseño transeccional descriptivo. Este análisis reveló que tanto estudiantes como profesores poseen un nivel medio de competencia mediática, aunque con notables diferencias entre las diversas dimensiones evaluadas. Las competencias tienden a desarrollarse de manera autodidacta, y se destacó la influencia limitada de la institución escolar en este proceso. A medida que los estudiantes avanzan en sus estudios, muestran mejoras en algunas dimensiones, aunque los profesores universitarios exhiben niveles inferiores.

En una investigación sobre AMI a nivel nacional llevada a cabo por Rivera-Rogel et al. (2019) en las principales ciudades de Ecuador, excepto Santo Domingo de los Tsáchilas, se encuestó a 2.110 estudiantes, y los resultados revelaron que el 66,4% había recibido formación en comunicación audiovisual o digital. De este grupo, la mitad adquirió estas habilidades de forma autodidacta, es decir de entornos no formales. Además, se identificaron dificultades entre los participantes en la búsqueda de información en Internet y la evaluación de la fiabilidad de las páginas web; el 67,7% de los encuestados no sabía cómo evaluarla. En cuanto al uso de herramientas tecnológicas, aquellos estudiantes que las utilizaban demostraron tener limitaciones en su aplicación práctica durante ejercicios en ordenador.

En el entorno local, la determinación de la realidad bajo estudios directos a los profesores es limitada, sin embargo, existen estudios relacionados a las competencias digitales de estudiantes y padres de familia, que, si bien es cierto, brindan una idea del presente en el que se encuentra. Castellano y Sinmaleza (2022) investigaron el nivel de AMI de 402 padres de adolescentes en Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante una encuesta realizada a 402 padres entre 28 y 55 años. Se destacó que los padres prefieren utilizar la computadora para navegar en redes sociales, principalmente en Facebook. La mayoría se identificaron como usuarios que no solo consumen contenido en línea, sino que también lo generan. Se observó que tienen un conocimiento moderado en el uso de tecnologías y redes sociales, y que son conscientes de los riesgos asociados. Del mismo modo, existe una minoría de padres que no requieren asistencia o dirección para navegar en internet, mientras que la mayoría necesita orientación.

Estos hallazgos proporcionan una visión integral de la competencia mediática en diferentes niveles educativos y contextos geográficos. Destacan las áreas de fortaleza y posibles sectores de intervención para promover un mayor desarrollo para enfrentar la era digital.

1.2. Planteamiento y delimitación del problema

Considerando las investigaciones mencionadas en los antecedentes, donde se engloba la perspectiva internacional, local y regional de la alfabetización mediática, es imprescindible investigar a fondo el contexto donde se desarrolla la investigación. Los estudios analizados han considerado las aristas principales del ecosistema educativo: estudiantes, profesores y padres de familia, como punto de partida del trabajo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023), los datos de acceso a TIC en Ecuador miden la disponibilidad de recursos para conectarse a la red, sin embargo, el estudio no profundiza en cómo los usuarios utilizan la red cuando acceden, lo que deja abierta un compás de posibles problemáticas en el tipo de interacción que tiene el usuario con la información cuando no tiene competencias digitales. La distinción entre acceso y uso es significativa, tener acceso a Internet no garantiza que las personas estén aprovechando plenamente los recursos disponibles para actividades como educación, trabajo, participación cívica o entretenimiento.

La desigualdad en el acceso a la tecnología y educación digital en las comunidades plantea un desafío en el ámbito digital que limita las oportunidades de aprendizaje. La ley Orgánica de Educación Intercultural (2017) en su artículo 6 numeral x, indica que tiene por objetivo fomentar el desarrollo de competencias y capacidades que desarrollen el conocimiento para impulsar a los estudiantes al mundo laboral. Acorde a la necesidad y bajo el objetivo de dar cumplimiento a este artículo en un mundo globalizado tecnológicamente, se encuentra la implementación de las competencias digitales, el buen uso de Internet y otras tecnologías dentro de la comunidad educativa. Este enfoque, basado en el respeto de los derechos y responsabilidades, tiene como objetivo garantizar una convivencia armónica en el entorno educativo.

Por otro lado, el estudio realizado por Iriarte, Rivera, Celli (2021) realizado en Ecuador sobre competencias mediáticas a 3.757 niños de educación básica, demuestra un nivel alto en competencias de lenguaje y estética pero deficiente en competencias

tecnológicas. Esto plantea preocupaciones sobre la preparación de los profesores en este ámbito y destaca la necesidad de entender las razones detrás de esta diferencia. La brecha podría afectar el desarrollo educativo, especialmente en un mundo cada vez más digital. Es esencial investigar las causas y proponer soluciones para mejorar la competencia mediática en las escuelas ecuatorianas.

En función al contexto mencionado, el presente estudio se enfoca en la investigación y análisis de los profesores de la parroquia rural San Jacinto del Búa del cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, para determinar el nivel de alfabetización y competencias mediáticas que poseen. Planteamiento y delimitación del problema.

1.3. Preguntas de investigación

En el contexto de la problemática, se plantean diversas interrogantes que se convierten en puntos centrales de la 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.

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

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

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

1.1. Justificación

Acorde a lo estipulado en el artículo 347 de la Constitución de la República del Ecuador, (CRE, 2013) el Estado asume la responsabilidad de la erradicación del analfabetismo en sus distintas formas: puro, funcional y digital. Además, se compromete a fomentar la educación permanente para las personas, así como la superación del retraso educativo. Este mandato constitucional refleja el compromiso del Estado ecuatoriano en proporcionar oportunidades educativas inclusivas y continuas, asegurando que todos los ciudadanos tengan acceso a la alfabetización, la educación digital y la superación de barreras educativas, contribuyendo así al desarrollo integral de la sociedad.

Según el Plan de Creación de Oportunidades (PND,2021-2025) establecido por la Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo (SENPLADES) en el objetivo 5 del eje social, se menciona la promoción de una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles; la implementación de un modelo educativo eficiente y transparente; el impulso de la investigación e innovación en el ámbito educativo; la creación de entornos educativos libres de violencia, con un enfoque en la inclusión en las aulas y en todos los niveles de educación; el fortalecimiento de la educación superior; la mejora continua del desarrollo profesional de los profesores; y la búsqueda de la excelencia deportiva. También se busca fortalecer la conectividad y el acceso a las TIC y nuevas tecnologías como una vía para mejorar el acceso a la población. En este sentido, la implementación de políticas que fomenten la integración de las tecnologías en la educación se convierte en un aporte significativo para el logro de los objetivos delineados en este plan, potenciando así el acceso equitativo y la calidad de la educación para todos.

Por otro lado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL,2014) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), enfatizan la importancia del uso seguro de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de niños y adolescentes en la región. El internet impacta directa e indirectamente a los derechos establecidos por la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), como la libertad de

expresión y los derechos a la información, libre asociación e identidad. A pesar de la desigualdad persistente, las TIC están presentes en la vida cotidiana de la población infantil, evidenciada por la disponibilidad de dispositivos y conexiones en sus hogares. La escuela se destaca como un punto clave para proporcionar pautas sobre el uso seguro de internet, y se subraya la necesidad de contar con información comparativa entre países sobre el impacto de las TIC en la vida de los niños.

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Contribuir al mejoramiento del nivel de alfabetización digital y competencias mediáticas de los profesores de la parroquia San Jacinto del Búa.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel de conocimiento de los profesores para acceder y comprender mensajes en diversos nuevos medios de comunicación.
- Contribuir a un plan de formación para el profesorado rural en alfabetización y competencias mediáticas.
- Realizar una propuesta de evaluación para el plan de formación en alfabetización y competencias mediáticas.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La investigación en curso se fundamenta en una exhaustiva revisión de la literatura, que sirve como base teórica esencial. A continuación, se presenta un análisis detallado sobre educomunicación, alfabetización y competencia mediática, delineando el marco conceptual que orientará el estudio.

2.1. Educomunicación

La educación es un derecho de todos los ciudadanos que ha sido trascendental a lo largo de la historia. Olvera (2021) refiere que la guerra mundial, la industrialización, el impacto tecnológico, entre otros eventos significativos, han puesto a prueba la resiliencia y adaptación del fondo y forma de la educación. Dentro de los aspectos más importantes que se pueden destacar, además de la buena preparación profesional de quienes imparten la educación, se encuentra la buena utilización de los medios, herramientas, y el desarrollo de habilidades complementarias de quienes lo reciben.

Acorde a lo mencionado por Castro (2016), la Segunda Guerra Mundial marcó un cambio significativo al utilizar los medios con fines educativos, transformando paradigmas arraigados que limitaban la versatilidad de la educación. En Rusia, se planteó la educación para los medios con objetivos políticos. En los años 50, Célestin Freinet impulsó experiencias claves, fusionando educación y comunicación en un solo componente. Su enfoque, centrado en la cooperación, libre expresión y medios escolares, marcó la génesis de la educomunicación a nivel global.

George Gerbner se destacó como uno de los primeros visionarios en el ámbito de la comunicación educativa. En 1968, se destacó al analizar la programación televisiva estadounidense, introduciendo la teoría del cultivo y conceptos clave en Media Literacy, como el síndrome del mundo mezquino. Ese año marcó un hito al converger ideas innovadoras en comunicación y educación, consolidando la importancia de la comunicación como herramienta educativa y favorecer a los avances en la educomunicación. (Castro,

2016).

Según Ferrés y Masanet (2015), la inserción de la educomunicación se ha convertido en un objetivo primordial para los organismos internacionales desde hace más de tres décadas. Por consiguiente, el desafío de la implementación de las competencias mediáticas como componente fundamental de la educación en los diferentes países del mundo, exige una actualización constante junto a la innovación exponencial de la tecnología.

De acuerdo con lo mencionado por Castro (2016), la evolución del término enfocado en su campo amplio de aplicabilidad provocó que la educomunicación lleve a una esencia profunda, la interacción del individuo, herramientas, tecnología y expresión. Con respecto a América Latina, ciertos investigadores han influido de manera significativa en los estudios de la comunicación. Prieto, Mata, Barbero, entre otros, han incorporado aspectos fundamentales como la instrucción en medios, la interpretación bajo la semiótica de los mensajes, la formación de la audiencia tanto radial como televisiva, la alfabetización por medio audiovisual y la recepción eficiente y activa. Es particularmente notable el impulso que el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística de Chile (CENECA) le ha brindado a la recepción eficiente y activa, especialmente desde 1982.

Castro (2016) refiere en este mismo contexto, por el año 1986, que América Latina se convierte en un escenario fundamental para los debates en torno a las Políticas Nacionales de Comunicación, marcando un hito en la promoción de la comunicación horizontal. Este cambio paradigmático se ve respaldado por la propuesta de Martín-Barbero quien introduce la teoría de las mediaciones. Este enfoque representa un avance distintivo en la trayectoria de la investigación latinoamericana sobre los procesos de recepción. Además, hacia el mismo periodo, se gesta una pedagogía para los medios que sigue influyendo significativamente en la comprensión de la subjetividad y la educomunicación, aspectos fundamentales que continúan siendo pilares en el ámbito de estudio. Este hecho histórico y conceptual se entrelaza de manera intrínseca con las tendencias previamente

exploradas en la región, contribuyendo a configurar un panorama comunicacional dinámico y en constante evolución en América Latina.

Castro (2016) menciona que la educomunicación, encuentra sus raíces en los países anglosajones bajo la denominación de Media Literacy. Este término, se encuentra vinculado a la educación en medios, misma que se ha convertido en el paradigma más difundido y arraigado a nivel mundial en el ámbito de la comunicación. La Media Literacy conlleva un proceso de formación que busca dotar a los individuos con las habilidades necesarias para ser mediáticamente alfabetizados. (pág. 104). En añadidura mencionan también que, más allá de las contribuciones pedagógicas, la transformación en el estudio de los medios como industria y cultura, liderada por la Escuela de Frankfurt, y las aportaciones de la semiología, se erigen como pilares fundamentales para la formación de la educomunicación.

La Escuela de Frankfurt aborda cuestiones desde una perspectiva crítica y multidisciplinaria. La educomunicación se presenta como una herramienta aplicada para contrarrestar los posibles efectos alienantes de la cultura de masas y fomentar la participación crítica y la emancipación en el ámbito educativo. En conjunto, ambas corrientes de pensamiento abogan por el uso reflexivo de los medios y la tecnología, destacando la importancia de su papel en la formación de una comprensión más profunda de la sociedad y la cultura en el contexto educativo. (Castro, 2016)

Si bien es cierto, (Olvera, 2021) refiere que la educomunicación se considerada en un inicio como la educación en comunicación, ha sufrido numerosas modificaciones según el enfoque y el entorno en el que se ha determinado. El concepto de educomunicación por parte de organismos internacionales y varios expertos, en un inicio era considerado el estudio en comunicación teóricamente, es decir, su naturaleza y componentes que la conforman.

2.2. Alfabetización mediática

La alfabetización es un factor esencial para el acceso y la comprensión de la información. Más allá de la habilidad de leer y escribir, la alfabetización sirve como medio para empoderar a las personas, proporcionándoles las herramientas necesarias para participar plenamente en una sociedad que se mueve a un ritmo acelerado de cambio y evolución. Mediante la alfabetización el ser humano tiene la capacidad de interpretar, evaluar y utilizar la información en donde se convierte así en un recurso invaluable para la toma de decisiones informadas y la participación activa en la vida cotidiana. (Valdivia-Barrios et al., 2018)

Según Braslavsky (2003), indica que la historia de la alfabetización es un relato de transformación y desafíos que ha evolucionado a lo largo del tiempo. Consolidó su identidad a finales del siglo XIX con las primeras leyes de educación pública; en el año 1950, más de la mitad de la población mundial aún era considerada analfabeta. Fue después de la Segunda Guerra Mundial, en lo que algunos historiadores denominaron la "edad de oro", en donde se observó un cambio significativo.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) y la Convención de los Derechos del Niño (CDN), impulsadas en gran medida por los esfuerzos del Sistema de Naciones Unidas (ONU), marcaron el comienzo del descenso en las tasas de analfabetismo. Sin embargo, en 1990, la "Declaración Mundial de la Educación para Todos" en Jomtiem, Tailandia, evidenció la persistencia de desafíos sustanciales, con millones de niños aún privados de acceso a la educación primaria y una cifra considerable de adultos, predominantemente mujeres, enfrentando la barrera del analfabetismo. (Braslavsky, 2003)

Gutiérrez et al. (2012), mencionan que la alfabetización mediática es un proceso educativo que busca que los estudiantes desarrollen una comprensión reflexiva y crítica de los medios de comunicación. Este enfoque integral incluye la adquisición de conocimientos sobre la naturaleza de los medios, sus técnicas y sus efectos. A lo largo del tiempo ha sido notable, ajustándose a las transformaciones en tecnología y sociedad. Inicialmente

vinculada al código verbal escrito, su alcance se ha ampliado hacia una preparación integral para la vida, englobando la capacidad de decodificar y producir textos escritos, así como la interpretación del lenguaje audiovisual desde la segunda mitad del siglo pasado.

Con la aparición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), la alfabetización ha experimentado una transformación significativa, dando origen a nuevas formas de codificación de información y estructuración del conocimiento. La era digital actual ha impulsado una alfabetización mediática que es, a su vez, mediática, digital, multimodal, crítica y funcional. (Gutiérrez et al.2012)

Gutiérrez et al. (2012) refieren que, en 2009, la Eurocámara aprobó la inclusión de la asignatura "Educación mediática" en los planes de estudio, reconociendo la importancia de mejorar las infraestructuras escolares para asegurar el acceso a Internet y fomentar la alfabetización mediática de adultos, quienes ejercen influencia en los hábitos mediáticos de los niños.

Por consiguiente, la UNESCO resalta la "alfabetización mediática e informacional" como la capacidad de pensamiento crítico para recibir y procesar productos mediáticos. Esto incluye el conocimiento de valores personales y sociales, la ética en el uso de la información y la participación en el diálogo cultural. Se enfoca en cinco competencias fundamentales: comprensión, pensamiento crítico, creatividad, conciencia intercultural y ciudadanía. (Gutiérrez y Tyner, 2012)

Según Ballesta et al. (2017), un modelo para la contraprestación de la alfabetización mediática se ve favorecida con el modelo TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge), que fue desarrollado por los profesores Punya Mishra y Matthew J. Koehler.

El modelo TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge) es una estructura conceptual que integra tres dimensiones esenciales en el ámbito educativo: el conocimiento tecnológico (T), el conocimiento pedagógico (P), y el conocimiento del contenido específico (CK). Este enfoque reconoce la intersección de estas tres dimensiones

como un espacio importante para el diseño de experiencias de aprendizaje efectivas.

Relacionándolo con la alfabetización mediática y la educomunicación, el modelo TPACK se presenta como una herramienta valiosa para abordar la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la educación primaria. (Ballesta, et al., 2017)

La implementación del modelo TPACK ofrece un marco integrador que facilita el desarrollo de actividades para mejorar la alfabetización mediática en la educación primaria. Al incorporar las dimensiones tecnológicas, pedagógicas y de contenido, los profesores pueden diseñar estrategias que no solo enseñen a los estudiantes sobre el uso de medios, sino que también fomenten una comprensión crítica de los mismos. Este enfoque se alinea con la noción de Massoni y Mascotti, quienes destacan la importancia de considerar los usos socioculturales de la tecnología, y la educomunicación como una convergencia de educación y comunicación. (Ballesta, et al., 2017)

De acuerdo con Ballesta et al. (2017), al enfocarse en la intersección de estas dimensiones, permite que los profesores desarrollen habilidades y estrategias específicas para enseñar sobre medios de manera efectiva. Esto implica no solo la competencia técnica, sino también la comprensión pedagógica de cómo incorporar estos medios de manera significativa en el contenido específico del currículo. En este sentido, la educomunicación se fortalece al reconocer la importancia de una formación integral que abarque tanto la tecnología como las dimensiones pedagógicas y de contenido, creando así experiencias educativas enriquecedoras y contextualmente relevantes.

2.3. Competencias mediáticas

El concepto de competencia, inicialmente ligado al ámbito pedagógico, ha evolucionado hacia un papel central en reformas educativas en la Unión Europea, especialmente en España. Se define como la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes esenciales para un contexto específico. Aunque se originó en el ámbito laboral, su persistencia se debe a una interpretación no instrumental. Esta busca potenciar la excelencia personal, contribuyendo al desarrollo de la autonomía y el compromiso social y

cultural de los individuos. (Ferrés y Piscitelli, 2012)

Acorde a lo mencionado por Kačínová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022), la competencia mediática es esencial para el desarrollo de la capacidad individual de las personas y sus habilidades propias para la operación mediática. Su importancia radica en permitir la auténtica autorrealización y la actividad individual en los diferentes contextos que se pueden presentar en la sociedad actual, saturada por los medios informativos y de comunicación. Este enfoque no solo potencia la capacidad individual para interactuar y ser partícipe en la dinámica sociedad de la información, sino que también influye en el mejoramiento de la calidad de vida al afectar la diversidad de propósitos individuales y sociales en relación con los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta a Kačínová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022), destacan la necesidad de integrar las nuevas cualidades y características de los medios, se enfatiza que esta evolución no implica una interpretación puramente instrumental del concepto de competencia. En lugar de centrarse exclusivamente en la eficacia profesional, se busca potenciar la excelencia personal y contribuir al desarrollo de la autonomía, el compromiso social y cultural de los individuos.

Por consiguiente, es importante tener suficiente conocimiento que permita entender, evaluar, crear y compartir mensajes en el contexto mediático. Ampliar las habilidades más allá de lo tradicional a lo audiovisual, permite la alfabetización en medios, la alfabetización en información y conocimiento y la alfabetización digital. Es decir que está relacionado con aprovechar lo que más se pueda las oportunidades en el ámbito digital, para ello se necesita adquirir habilidades técnicas y cognitivas esenciales para usar de forma eficiente los medios digitales Kačínová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022).

Es importante desarrollar aptitudes digitales que abarquen desde el manejo de computadoras hasta la búsqueda y aplicación estratégica de información. Según Kačínová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022), en el contexto actual de la sociedad de la información, la necesidad de aprovechar plenamente el potencial de los medios digitales sirve para

lograr beneficios en áreas económicas, sociales, políticas y personales. El desarrollo de la capacidad de análisis y evaluación se considera fundamental para adoptar un enfoque crítico de los textos mediáticos, coherente con la tradición crítica de la lectura y la teoría de codificación y decodificación de la audiencia activa.

Acorde a lo señalado por Kačínová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022), el desarrollo de habilidades cognitivas en la competencia mediática se ve desafiado por la necesidad de equilibrar estas habilidades con las capacidades de producción y comunicación. Este desafío se intensifica en la cultura participativa actual. A su vez, la cultura contemporánea favorece una estrecha conexión entre el desarrollo de habilidades prácticas y comunicativas, superando las dinámicas de épocas anteriores. En este contexto, se brindan más oportunidades para aprender a utilizar procesos de producción y crear mensajes en diferentes formas y herramientas tecnológicas, incluida la comunicación a través de diferentes medios.

La práctica de la creación conjunta y la combinación de contenido se vuelve cada vez más común, especialmente en las nuevas generaciones que se ven inmersas en esta era digital. Dicha tendencia influye en la manera en que entendemos y desarrollamos las competencias mediáticas. A medida que las tecnologías y herramientas se expanden, las habilidades prácticas necesarias para interactuar con los medios se vuelven más flexibles y adaptables. Este enfoque se centra en el desarrollo de habilidades vinculadas a los medios, la realidad mediática y el trabajo con la información, especialmente en el contexto de la enseñanza y el aprendizaje de los medios.

La propuesta de Ferrés y Piscitelli (2012), establece seis dimensiones para comprender la competencia en comunicación audiovisual, abordando conceptos, procedimientos y actitudes. Estas dimensiones incluyen lenguaje, tecnología, procesos de producción y programación, ideología y valores, recepción y audiencia, y estética. Ellos, ajustan el modelo a la competencia mediática, reconociendo cambios en el ecosistema comunicativo desde 2005 y la necesidad de adaptarse a nuevas prácticas y dispositivos.

Destacan que la competencia mediática integra conocimientos, destrezas y actitudes, potenciando la excelencia personal más que garantizando eficacia profesional. Enfatizan el cultivo de la autonomía personal, el compromiso social y cultural, considerando tanto viejos como nuevos medios y advirtiendo sobre la concentración de poder mediático.

El modelo propuesto sugiere que la competencia mediática se desarrolle en seis dimensiones básicas con indicadores asociados a capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes. Reconocen la presencia de "prosumidores", quienes no sólo consumen sino también producen y difunden mensajes. Estructuran la competencia en dos ámbitos: análisis y expresión, instando a interactuar críticamente con mensajes existentes y a generar y difundir mensajes propios. En total, se definen 55 indicadores para las seis dimensiones distribuidos en análisis (33) y expresión (22), lo encontramos en las siguientes tablas. (Ferrés y Piscitelli, 2012).

La dimensión de lenguaje es la competencia audiovisual, según Ferrés y Piscitelli (2007, p. 103), implica conocer y usar los códigos del lenguaje audiovisual para comunicarse efectivamente. También incluye analizar mensajes desde la perspectiva del sentido y estructuras narrativas. Tiene 7 indicadores, 4 en análisis y 3 en expresión.

Tabla 1.
Dimensión lenguaje

INDICADORES			
Ámbito de análisis	Interpretar y valorar códigos de representación en un mensaje.	4 capacidades	
	Analizar y valorar mensajes en términos de significado.	0 conocimiento	
	Comprender historias e información de diversos medios.	1 habilidad	
	Establecer relaciones entre textos, códigos y medios mediante la intertextualidad.	0 actitud	
Ámbito de expresión	Expresarse a través de diversos sistemas de representación y significación.	3 capacidades	
	Seleccionar sistemas de representación y estilos según la situación comunicativa.	0 conocimientos	
	Modificar productos existentes para otorgarles un nuevo sentido y valor.	0 habilidades	0 actitud

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

La Dimensión tecnología según Ferrés y Piscitelli (2007, p. 103), esta competencia implica un conocimiento teórico del funcionamiento de las herramientas de comunicación audiovisual para comprender la elaboración de mensajes. También incluye la capacidad de utilizar herramientas simples para comunicarse de manera efectiva en el ámbito audiovisual. La dimensión comprende 7 indicadores, siendo 4 de análisis y 3 de expresión.

Tabla 2.
Dimensión tecnología

INDICADORES	Dimensión tecnología	
	Ámbito de análisis	Abarca la comprensión del papel de las tecnologías de la información y comunicación en la sociedad, así como sus posibles efectos. En términos de análisis, implica la habilidad de interactuar significativamente con medios que expanden capacidades mentales, manejar innovaciones tecnológicas para una comunicación multimodal y desenvolverse eficazmente en entornos hipermedia les, transmediáticos y multimodales.
Ámbito de expresión	Manejar con precisión herramientas comunicativas en un entorno multimodal. Incluye la capacidad de adaptar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos y la habilidad de crear y manipular imágenes y sonidos con conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.	3 capacidades 0 conocimientos 0 habilidades 0 actitud

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

La dimensión procesos de interacción, según Ferrés (2007, p. 103), esta competencia implica reconocerse como audiencia activa, mediante el uso de tecnologías digitales que permiten la participación e interactividad. También incluye la capacidad de valorar críticamente los elementos racionales y contextuales que influyen en la recepción y evaluación de los mensajes audiovisuales. La dimensión aborda 12 aspectos fundamentales.

Tabla 3.

Dimensión procesos de interacción

INDICADORES		
INDICADORES	Ámbito de análisis	Involucra la selección consciente de la dieta mediática, evaluando de manera razonable. También implica comprender por qué ciertos medios son exitosos, satisfaciendo diversas necesidades. En términos de análisis, incluye la valoración de los efectos cognitivos de las emociones, la gestión de disociaciones entre sensación y opinión, y la comprensión del contexto en la interacción. Además, requiere conocimientos sobre audiencia, estudios de audiencia y la capacidad de apreciar mensajes interculturales en medios transfronterizos. Finalmente, la competencia se manifiesta en la gestión del ocio mediático como oportunidad de aprendizaje.
	Ámbito de expresión	La competencia implica una actitud activa con las pantallas para construir ciudadanía y desarrollo integral. En expresión, incluye la capacidad de colaborar en plataformas conectadas, interactuar en entornos plurales y multiculturales, y conocer las opciones legales ante incumplimientos normativos audiovisuales, con una actitud responsable.
		6 capacidades 2 conocimientos 0 sensibilidad 0 actitud
		2 capacidad 1 conocimiento 0 habilidades 1 actitud

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

La dimensión procesos de producción y difusión es la competencia que según Ferrés y Piscitelli (2007, p. 103) implica el conocimiento de las funciones y tareas de los agentes de producción, así como de las fases en los procesos de producción y programación de productos audiovisuales. También abarca la capacidad de crear mensajes audiovisuales y comprender su trascendencia en los nuevos entornos de comunicación. La dimensión se compone de 11 indicadores, con 4 en análisis y 7 en expresión.

Tabla 4.

Dimensión producción y difusión

INDICADORES		
INDICADORES	Ámbito de análisis	Implica distinguir entre producciones individuales y colectivas, populares y corporativas (públicas y privadas). En análisis, es importante comprender cómo los factores socioeconómicos afectan las producciones corporativas. También se necesita conocimiento básico sobre sistemas de producción, técnicas de programación y mecanismos de difusión. Además, es esencial entender los códigos de regulación y autorregulación, así como tener una actitud activa y responsable ante ellos, respaldada por conocimiento de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento.
		0 capacidades 4 conocimientos 0 habilidades 0 actitud

Ámbito de expresión	Incluye conocer las fases y la infraestructura de producción para proyectos personales, grupales o corporativos. Destaca la habilidad para colaborar en la creación de productos multimedia, seleccionar y transformar mensajes significativos, así como compartir información mediante medios tradicionales y redes sociales para aumentar la visibilidad. Además, implica gestionar la identidad online/offline con responsabilidad en la privacidad, manejar el concepto de autoría, respetar los derechos de propiedad intelectual, y aprovechar recursos como los " <i>creative commons</i> ". También se enfatiza la capacidad para construir y nutrir redes de colaboración con una actitud comprometida.	6 capacidades
		1 conocimientos
		0 habilidades
		0 actitud

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

La Dimensión ideología y valores según Ferrés y Piscitelli (2007, p. 103), esta competencia implica leer comprensiva y críticamente los mensajes audiovisuales como representaciones de la realidad y portadores de ideología y valores. Incluye el análisis crítico de estos mensajes como expresión de los intereses, contradicciones y valores de la sociedad. La dimensión tiene 12 indicadores, 9 en análisis y 3 en expresión.

Tabla 5.
Dimensión ideología y valores

INDICADORES	Ámbito de análisis	Resaltan las habilidades críticas, de comprender cómo las representaciones influyen en la percepción de la realidad, evalúan la fiabilidad de fuentes, organización y sintetizar información, detectar intenciones en producciones mediáticas y adoptar una actitud crítica ética al descargar productos. También incluyen analizar identidades virtuales y estereotipos, evaluar los efectos de los medios en la creación de opinión, y reconocer procesos de identificación emocional, gestionando las emociones en función de la ideología y valores transmitidos.	7 capacidades
			0 conocimientos
			1 habilidades
			1 actitud
	Ámbito de expresión	Incluye la capacidad de utilizar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y contribuir al mejoramiento del entorno con un compromiso social y cultural. Asimismo, abordan la habilidad de crear y modificar productos para cuestionar valores o estereotipos presentes en producciones mediáticas, junto con la capacidad de aprovechar las herramientas del entorno comunicativo	3 capacidades
			0 conocimientos
			0 habilidades
			0 actitud

actual para comprometerse de manera responsable como ciudadanos en la cultura y la sociedad.

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

La Dimensión estética según Ferrés y Piscitelli (2007, p. 103), implica la capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde la innovación formal y temática, así como educar el sentido estético. Incluye la habilidad de relacionar los mensajes audiovisuales con otras formas de expresión mediática y artística.

Tabla 6.
Dimensión estética

INDICADORES	Ámbito de análisis	La competencia abarca la capacidad de disfrutar no solo del contenido, sino también de la forma de comunicación, así como la habilidad para analizar y ser sensible a la calidad estética de las producciones mediáticas. También incluye la destreza para relacionar estas producciones con otras manifestaciones artísticas, identificando influencias mutuas, y la capacidad de reconocer categorías estéticas básicas como innovación formal y temática, originalidad, estilo, escuelas y tendencias.	3 capacidades 0 conocimientos 1 sensibilidades 0 actitud
	Ámbito de expresión	Implica la capacidad de generar mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan al aumento de los niveles de creatividad, originalidad y sensibilidad, tanto a nivel personal como colectivo. Además, abarca la habilidad de apropiarse y transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.	2 capacidades 0 conocimientos 0 habilidades 0 actitud

Nota. Elaboración a partir de Ferrés y Piscitelli (2012).

3. METODOLOGÍA

La presente investigación busca comprender de manera integral la alfabetización y competencias mediáticas en profesores de educación básica en la zona rural de la Parroquia "San Jacinto del Búa". Ante la complejidad del fenómeno que se va a analizar, se adoptará un enfoque metodológico cuantitativa de tipo transversal, para obtener una visión más completa y detallada.

3.1. Enfoque y tipo de investigación

La investigación cuantitativa está enfocada hacia la recolección y análisis de datos, siguiendo una secuencia rigurosa desde la formulación de hipótesis hasta la obtención de conclusiones basadas con evidencia estadística. Este enfoque permitirá proporcionar una visión precisa de los patrones de comportamiento presentes en la población de profesores, brindando una base sólida para la comprensión de variables cuantificables en el ámbito de estudio.

Por lo tanto, esta investigación según la tipología y propuesta de investigación por Hernández et al. (2020) este enfoque cuantitativo se centrará en la recolección y análisis de datos siguiendo una secuencia rigurosa desde la formulación de hipótesis hasta la obtención de conclusiones basadas en evidencia estadística. Lo que permitirá proporcionar una visión precisa de los patrones de comportamiento presentes en la población de profesores, brindando una base sólida para la comprensión de variables cuantificables en el ámbito de estudio. Esta metodología se caracteriza por su objetividad y capacidad para generalizar los hallazgos a una población más amplia, lo que resulta importante para la toma de decisiones fundamentadas en datos.

De esta manera, la investigación buscará identificar y analizar las competencias mediáticas de los profesores de educación básica en la parroquia "San Jacinto del Búa", permitiendo detectar áreas de mejora y diseñar estrategias formativas efectivas. A través de la aplicación de encuestas estructuradas, se recopilarán datos que serán analizados

mediante técnicas estadísticas avanzadas, garantizando la fiabilidad y validez de los resultados obtenidos. Este enfoque permitirá obtener conclusiones claras y precisas, que servirán de base para futuras investigaciones y políticas educativas en la región.

3.2. Unidades de análisis

En el marco de la presente investigación, los sujetos de estudio son los profesores de educación básica en la parroquia "San Jacinto del Búa". Esta población constituye el grupo sobre el cual se recopilieron datos para evaluar la competencia mediática. La muestra representará una fracción significativa de este conjunto.

Robles (2019) La elección de la muestra se fundamenta en la necesidad de obtener una representación significativa de los profesores en la zona rural de la Parroquia. Esto se justifica por la importancia de comprender las dinámicas específicas de la competencia mediática en entornos educativos particulares. La selección se realizará mediante un muestreo probabilístico por conveniencia, considerando la disponibilidad y accesibilidad de los profesores en esta área geográfica.

Robles (2019) En la selección de participantes para esta investigación, se optó por un enfoque de muestreo probabilístico por conveniencia. Este método permite elegir eficientemente casos representativos, basándose en la disponibilidad y accesibilidad de los participantes, garantizando la viabilidad y pertinencia de la muestra, maximizando la participación en entornos educativos específicos.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Este proceso es realizado mediante una encuesta definida según López y Fachelli (2016) como un método de investigación científica que emplea preguntas estructuradas para recopilar información sistemática y cuantificable de individuos o grupos. Se utiliza con el objetivo de obtener datos específicos sobre actitudes, opiniones, comportamientos u otras variables de interés en una población determinada.

Al utilizar la encuesta como instrumento, es esencial asegurar no solo su

confiabilidad, sino también su validez en la población de interés. Arribas (2006) menciona que, para garantizar su pertinencia en el entorno local, se debe someter a un proceso de adaptación transcultural. Arenas-Fernández (2022) La encuesta se basará en las seis dimensiones en función a la propuesta de Ferrés y Piscitelli, su estructura está compuesta por lenguaje, tecnología, procesos de producción y programación, ideología, valores, recepción, audiencia, y estética para evaluar la competencia mediática de los profesores. Por lo que permite recopilar datos sobre percepciones y habilidades, los cuales serán analizados estadísticamente para identificar patrones y áreas de mejora de manera objetiva, contribuyendo así a una comprensión más precisa de la competencia mediática en la población estudiada.

El cuestionario es un instrumento estandarizado utilizado en investigaciones cuantitativas, especialmente en encuestas. Meneses (2016) plantea que trata de una herramienta que permite al investigador social formular preguntas estructuradas para recopilar datos sistemáticos sobre una muestra de individuos. Por ende, el instrumento utilizado para la misma será evaluando mediante unas preguntas las cuales serán realizadas en la plataforma Google forms, con un enfoque cuantitativo, se procesan las respuestas de manera agregada para describir la población o contrastar relaciones estadísticas de interés.

3.4. Técnicas de análisis de datos

Una vez realizado el proceso de adaptación del instrumento mediante un enfoque cuantitativo de carácter no experimental y un diseño transeccional para obtener los datos finales, se aplicará un modelo tabular en la estructuración de bases de datos. Torres et al. (2015) mencionan que esta técnica de tablas de Excel y su uso permite a los usuarios realizar análisis de manera flexible y eficiente, facilitando la manipulación y exploración de grandes conjuntos de datos. Que sirven para optimizar el entendimiento de los datos recolectados, y mejora el análisis y la comprensión de la competencia mediática en el entorno estudiado, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

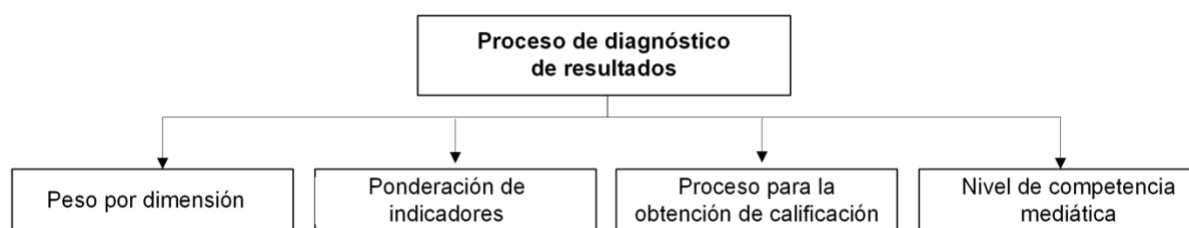
4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la investigación relacionados con el problema planteado. Para ello, se aplicó un pretest que evalúa el nivel de competencia mediática de los profesores. A partir de estos resultados, se plantea un plan de formación que atiende las debilidades identificadas en cada indicador. Finalmente, se propone un protocolo de evaluación o post test que podrá valorar el impacto de la formación.

4.1. Identificación de competencia mediática en profesores

Para identificar el nivel de competencia mediática en el grupo de estudio, se trabaja en función a la propuesta de Arenas Fernández (2022), el cual propone un frame para identificar a nivel cuantitativo del nivel de competencia.

Figura 1. Proceso de diagnóstico.



Para el efecto, se adaptó el instrumento propuesto por el autor, mismo que consta de 34 preguntas y evalúa las dimensiones: lenguaje, tecnología, estética, procesos de producción y difusión, procesos de interacción, ideología y valores. Cada una de estas dimensiones permiten comprender el nivel de competencia mediática de los profesores.

4.1.1. Peso por dimensión

Una vez definido el instrumento, el primer paso es identificar el peso por dimensión para una evaluación uniforme. Este protocolo contribuye a la formación integral del profesor, fomentando un conjunto de habilidades, manteniendo su motivación y permitiendo una retroalimentación significativa.

El peso de cada dimensión está compuesto por un número específico de

indicadores, los cuales determinan su importancia y efecto en la calificación final. Para establecer el peso de cada dimensión, se parte del principio de cada competencia contribuye de manera única al conjunto de competencias mediáticas. Inicialmente, se considera que todas las competencias tienen el mismo peso, representando un 16,66% para cada una de las seis competencias. Sin embargo, al desglosar cada dimensión en 55 indicadores, se asigna un peso diferente a cada una, basado en la cantidad total de indicadores que contiene.

Cada indicador tiene un peso del 1,818%. Al multiplicar este peso por el número de indicadores en cada dimensión, se obtiene un peso específico para dicha dimensión. Así, en la investigación se asume que cada competencia contribuye de manera distinta al conjunto de competencias mediáticas, lo que facilita el cálculo del nivel general de competencia de los grupos encuestados. Esto se logra utilizando los valores de ponderación obtenidos para cada dimensión según el número de indicadores considerados.

Tabla 7.
Valor de peso de cada competencia.

Dimensión de la competencia	Número indicadores dimensión	Peso por indicador	Peso por dimensión	Valor de Ponderación
Lenguaje	7	1,818	12,73%	0,13
Tecnología	7	1,818	12,73%	0,13
Estética	6	1,818	10,91%	0,11
Procesos producción y difusión	11	1,818	20,00%	0,20
Procesos Interacción	12	1,818	21,82%	0,22
Ideología y valores	12	1,818	21,82%	0,22
Total	55		100,00%	1,00

Con base en lo anterior, en la presente investigación se asumirá que cada competencia tiene un peso diferente en el conjunto de la competencia mediática y así será entonces calculado el nivel general de competencia de los grupos encuestados.

4.1.2. Ponderación de indicadores

En este proceso, es importante identificar el valor proporcional a cada dimensión de su impacto relativo. Este proceso asegura que se consideren adecuadamente los diferentes aspectos que contribuyen a la competencia mediática.

Para determinar el peso de cada dimensión, se llevó a cabo el cálculo del peso ponderado para cada uno de los dos ámbitos de análisis y expresión. Este cálculo se basó en el número total de indicadores asociados (55), distribuidos en 33 para el de análisis y 22 para el de expresión.

De acuerdo con lo anterior, el ámbito de análisis ostenta un mayor peso, alcanzando 60,00 puntos, mientras que el ámbito de expresión obtiene un peso de 40,00 puntos. Al desglosar cada una de las seis dimensiones dentro de estos ámbitos, se encuentra que, en el ámbito de análisis, la dimensión de mayor peso es ideología y valores y la de menor peso, tecnología con 5,45 puntos. A continuación, se presenta la ponderación por dimensión a detalle.

Tabla 8.
Ponderación de indicadores por ámbito de análisis y expresión.

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

4.1.3. Proceso para la obtención de calificación por dimensión

El proceso de calificación por dimensión proporciona una estructura clara para evaluar el nivel de habilidades y conocimientos en diferentes aspectos relacionados con los medios de comunicación. Para el efecto, se realiza un protocolo en función a la siguiente nomenclatura:

C.P.D. Calificación Promedio Ponderada para cada Dimensión.

C.D. Calificación de cada Dimensión.

V.P. Valor de Ponderación de cada Dimensión.

C.C.M. Calificación Global de Competencia Mediática.

Para calcular la calificación de la competencia mediática en general, se sigue el siguiente procedimiento:

Primero, se calcula la calificación promedio ponderada para cada dimensión (C.P.D.). Esto se realiza multiplicando la calificación de cada dimensión (C.D.) por el valor de ponderación de dicha dimensión (V.P.) que se indica en la tabla.

$$C.P.D.=C.D.*V.P.$$

Luego, para obtener la calificación global de competencia mediática (C.C.M.), se suman las calificaciones promedio por dimensión (C.P.D.).

$$C.C.M.=C.P.D.1+C.P.D.2+C.P.D.3+C.P.D.4+C.P.D.5+C.P.D.6$$

Aplicando este modelo al ejemplo proporcionado, se obtiene lo siguiente:

Para la dimensión de lenguaje:

$$C.P.D.=1.98*0.13=0.25$$

Para la dimensión de tecnología:

$$C.P.D.=2.05*0.13=0.26$$

Para la dimensión de estética:

$$\text{C.P.D.} = 2.00 * 0.11 = 0.22$$

Para la dimensión de procesos Producción y Difusión:

$$\text{C.P.D.} = 2.39 * 0.20 = 0.48$$

Para la dimensión de procesos Interacción:

$$\text{C.P.D.} = 2.21 * 0.22 = 0.48$$

Para la dimensión de ideología y valores:

$$\text{C.P.D.} = 2.39 * 0.22 = 0.52$$

Finalmente, la calificación global de competencia mediática (C.C.M.) se calcula sumando las calificaciones promedio por dimensión:

$$\text{C.C.M.} = 0.25 + 0.26 + 0.22 + 0.48 + 0.48 + 0.52 = 2.21$$

Tabla 9.
Calificación promedio ponderada por dimensión.

Dimensiones de la competencia	Peso por dimensión	Total, Indicadores de ámbito de expresión	Calificación por dimensión	Calificación promedio ponderada por cada dimensión
Lenguaje	12,73	0,13	1,98	0,25
Tecnología	12,73	0,13	2,05	0,26
Estética	10,91	0,11	2,00	0,22
Procesos Producción y difusión	20,00	0,20	2,39	0,48
Procesos Interacción	21,82	0,22	2,21	0,48
Ideología y valores	21,82	0,22	2,39	0,52
Total				2,21

Nota: La calificación total de la competencia mediática se calcula sumando los promedios ponderados de cada dimensión, resultando en una calificación de 2,22.

4.1.4. Nivel de competencia mediática

La investigación determina el nivel de competencia mediática, y para ello se establecieron cuatro escalas, es decir del 0 a 3, que corresponden a rangos de calificación y porcentaje de logro donde se logra realizar la valoración de mayor importancia a menor.

Es por ello que para determinar el rango de calificación por dimensión se le asignó un porcentaje de logro, que corresponde a los cuatro niveles definidos de competencia mediática como puede apreciarse en la tabla 11.

A continuación, se presenta el nivel de competencia mediática por dimensión de la muestra en función del instrumento aplicado:

Tabla 10.
Rangos de calificación y porcentaje de logro.

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

La calificación total de la competencia mediática de los profesores encuestados alcanzó un valor de 2,22 sobre 3,00 con un porcentaje de logro del 73,7%.

A continuación, se presenta el nivel de competencia final en función del instrumento aplicado según Arenas:

Tabla 11.
Niveles de competencia mediática general.

Porcentaje de logro	Niveles de la competencia mediática
33,00% o menos	Mínima
Entre 33,01% y 54,00%	Básica
Entre 54,01% y 75,00%	Media
Entre 75,01% y 100%	Avanzada

Como parte del resultado general, se evaluó el nivel de competencia de los profesores mediante criterios de valoración establecidos en la tabla 12. El resultado indica un presentan un nivel medio de competencia mediática con un 73,7% como se aprecia en la tabla 12.

Tabla 12.

Calificación final de nivel de competencia mediática.

Dimensión de la competencia mediática	Ponderación de cada dimensión	Calificación por dimensión	Calificación promedio ponderada por dimensión	Porcentaje de logro	Nivel de competencia mediática (C.M.)
Lenguaje	0,13	1,98	0,25	65,9 %	Medio
Tecnología	0,13	2,05	0,26	68,2 %	Medio
Procesos de interacción	0,22	2,21	0,48	73,7 %	Medio
Procesos de producción y difusión	0,20	2,39	0,48	79,7 %	Avanzado
Ideología y valores	0,22	2,39	0,52	79,8 %	Avanzado
Estética	0,11	2,00	0,22	66,7 %	Medio
Valor total de calificación de C.M.			2,21	73,7 %	Medio

Los ámbitos de "procesos de producción y difusión" e ideología y valores, destacan con calificaciones de 0,48 y 0,52 respectivamente, alcanzando un nivel cercano al avanzado. Sin embargo, se han identificado áreas significativas de mejora en lenguaje, tecnología y estética. Identificar estas áreas de mejora es el primer paso para implementar un programa de formación que permita elevar el nivel de competencia mediática. La calificación final luego de aplicar la metodología comparando el porcentaje con los niveles establecidos en la tabla 12 es de 2,22 / 3,00 lo cual indica que los profesores tienen en

estudio un nivel medio en competencia mediática con el 73,7% según la misma tabla 12.

4.2. Programa de formación en competencias digitales

Una vez identificado el nivel de competencia mediática, se plantea el diseño del plan de formación que atienda las debilidades encontradas y las fortalezas identificadas. Aunque esta investigación solo propone un diagnóstico sobre el nivel de competencia mediática se ha apoyado en el plan piloto de la macro investigación realizado en las parroquias rurales del cantón Santo Domingo, específicamente, en la parroquia El Esfuerzo. La investigadora principal participó en la formación de la dimensión estética.

Este proyecto, nace como una iniciativa de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo, por parte de la Coordinación de Educación y Comunicación. Lamentablemente, la complejidad en la ejecución por temas logísticos e interés y accesibilidad impidió su ejecución en la parroquia San Jacinto del Búa.

En la Unidad Educativa del Esfuerzo, la dimensión estética, abordo temas sobre el lenguaje gráfico y las dimensiones clave de la estética en el lenguaje gráfico, tales como: la claridad, simplicidad, la armonía, el equilibrio, la creatividad, originalidad, la emoción y sensibilidad. Para ello, se utilizaron ejemplos visuales y se empleó la narrativa motivacional de los productos y sus contrastes. Luego, se realizó una dinámica de composición gráfica manual, considerando el proceso de comunicación y la estética.

Así como también, temas fundamentales sobre la estética en el lenguaje audiovisual y las herramientas para la creación de contenidos digitales en el ámbito educativo. Además, se emplearon estrategias y recursos específicos para facilitar la comprensión de estos temas. La variedad de actividades propuestas incentivó una mejor comprensión de las necesidades de los docentes y enriqueció su práctica pedagógica.

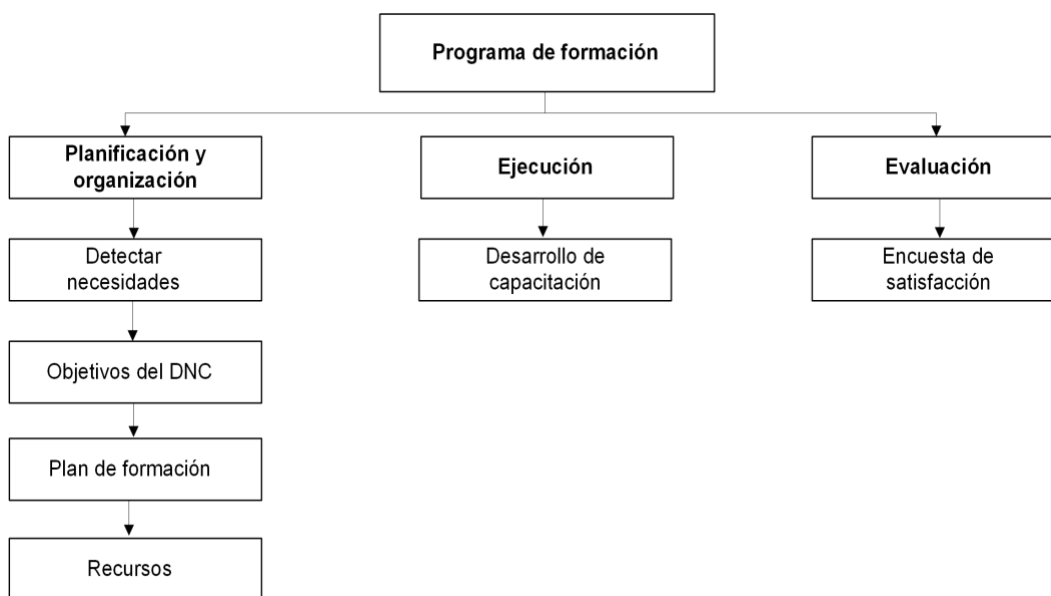
Esta formación permitió estructurar de manera efectiva el plan piloto, abarcando aspectos logísticos clave como el diseño del syllabus, la selección de recursos necesarios para la capacitación y la elaboración del cronograma de actividades. Esta experiencia

facilitó el desarrollo de una propuesta integral para un programa de formación en la Parroquia “San Jacinto del Búa.”

A continuación, se presenta el esquema de la propuesta, utilizando la metodología de Grados (2009).

Figura 2.

Programa de formación



4.2.1. Planificación y organización

Antes de comenzar la capacitación, es imperativo garantizar la efectividad del proceso formativo. Primero, es fundamental identificar las necesidades y expectativas de los participantes para asegurar el éxito del programa. Posteriormente, se deben establecer objetivos claros y planificar cuidadosamente la implementación de los recursos necesarios para el programa de formación.

4.2.1.1. Detectar necesidades

En el primer resultado (tabla 13) se determinó que el nivel de competencia mediática de la muestra es medio, con una calificación de 73,7%. Por otro lado, las principales debilidades se identificaron en las dimensiones de lenguaje y tecnología, y

estética, mientras que las calificaciones más altas se observaron en los procesos de producción y difusión, así como en ideología y valores.

Además, se debe combinar este enfoque con las fortalezas existentes para actualizar la información de manera efectiva en todas las dimensiones para abordar de manera significativa el programa.

4.2.1.2. Objetivos generales

Contribuir en la formación de competencias mediáticas a través de un plan de formación para profesores de educación básica.

4.2.1.3. Plan de formación

En respuesta a las necesidades detectadas, este plan propone una estructura de capacitación que combina la formación entre competencias mediáticas, con el uso adecuado de la tecnología. Los docentes desarrollarán habilidades críticas sobre los medios digitales, que permitirá la comprensión profunda y efectiva de los contenidos mediáticos.

El proceso, contará con la participación de tres instructores especializados de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, así como también, la participación del investigador principal de este estudio. Durante el desarrollo de la investigación, se abordarán las seis dimensiones de competencias mediáticas. El programa está diseñado para que los docentes apliquen sus conocimientos adquiridos hacia los estudiantes de la escuela de San Jacinto del Búa en su proceso educativo.

La coordinación y supervisión del plan, debe estar a cargo del Director de la escuela antes mencionada, debe asegurar la disponibilidad de las instalaciones para el programa de formación. Además, de garantizar que los docentes cumplan con la asistencia a las clases y apliquen las actividades en las aulas. Para completar este proceso, es necesario el uso de recursos y de la logística que son necesarios para el funcionamiento del programa.

En la siguiente tabla a continuación se detalla el plan de formación para la capacitación:

Tabla 13.
Detalle del plan de capacitación.

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Comprender y aplicar los principios para promover la alfabetización mediática y la seguridad en línea.	1 – 2 -3 -4	Unidad 1: Lenguaje <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje multimedia y audiovisual • Semiótica de la imagen y el sonido • Creación de estrategias para promover medios y productos. • Lenguaje digital y comunicación en línea. 	24	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	12h (4s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Crea un libro digital en canva con el tema: responsabilidad social. URL: https://tinyurl.com/45r6dj4f • Realizar una infografía sobre el lenguaje digital. URL: https://acortar.link/6HQQ3B • Realiza un podcast en capcut sobre la semiótica URL: https://acortar.link/L1yaK • Lee el siguiente artículo y realiza un ensayo. URL: https://acortar.link/q9XsE4 	12h (4s*3h)

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Identificar sesgos y estereotipos en los medios de comunicación.	5-6	<p>Unidad 2: Dimensión Ideología y Valores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representación de género en los medios de comunicación. • Sesgos culturales y raciales en cobertura mediática. • Ética y responsabilidad social en los medios. • Definición de cultura digital • Alfabetización mediática y digital. 	12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	6h (2s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza la noticia y revisa si contiene sesgos. URL: https://acortar.link/ClkIqJ • Lee, analiza esta información: URL: https://acortar.link/x5LEJc. • Crea un video educativo sobre la ética. URL: https://tinyurl.com/y2xuw4zh • Crea un libro digital en canva, tema: responsabilidad social. URL: https://tinyurl.com/45r6dj4f 	6h (2s*3h)

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Obtener habilidades para utilizar la Artificial	7 - 8 - 9	<p>Unidad 3: Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción inteligencia artificial. • Ajustes de configuración y preferencias para adaptar las las necesidades individuales. • Algoritmos y aplicaciones en diversos campos. • Educomunicación para profesor • Herramientas tecnológicas para la educomunicación • Recursos digitales y mejora de plataformas. 	18	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	9h (3s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Informe: Uso de las redes sociales. URL: https://tinyurl.com/2hf8bm7m • Podcast sobre la realidad aumentada. URL: https://tinyurl.com/25n8mxry • Ensayo sobre los límites de la inteligencia artificial. URL: https://tinyurl.com/2xrd6vbb 	9h (3s*3h)

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Comprender las representaciones mediáticas que moldean nuestra percepción de la realidad a través de códigos de mensajes	10 - 11 - 12	<p>Unidad 4_ Estética</p> <ul style="list-style-type: none"> • Psicología del color e interfaces digitales (imagen, sonido, color) • Técnicas para diseñar interfaces interactivas atractivas. • La estética en la creación de contenido multimedia (videos, gráficos, animaciones). • Consideraciones éticas en la creación de contenido digital y diseño. • Principios de composición y estética en fotografía y video. 	18	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	9h (3s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza un <i>collage</i> en fotor sobre la pedagogía de la esperanza. URL: https://acortar.link/oqEmiA • Realiza una infografía en canva sobre la psicología del color en interfaces digitales. URL: https://acortar.link/CNYkS • Realiza un análisis sobre campañas publicitarias de la Empresa Coca Cola. URL: https://acortar.link/EwDzXI 	9h (3s*3h)

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los R A Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Comprender los conceptos esenciales relativos a los procesos de producción.	13- 14	Unidad 5: Procesos de producción y difusión <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de producción y difusión • Lenguaje multimedia y audiovisual • Expansión de aprendizaje a través múltiples plataformas • Herramientas tecnológicas para la Educomunicación 	12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	6h (2s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis crítico: Fin de la pobreza (ODS). https://acortar.link/ST8Nic • Crear una infografía en canva: La vida submarina. https://acortar.link/CissEI • Elaborar un video en capcut de un 1 minuto. La energía asequible y no contaminante (ODS) https://acortar.link/cQNJr 	6h (2s*3h)

Resultados de Aprendizaje	Semana	Contenidos (Medio para alcanzar los RA Unidades y temas)	T. Horas	Descripción de las actividades de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Descripción de las Actividades de aprendizaje autónomo	Horas
Diseñar actividades educativas interactivas que utilicen diversas plataformas digitales.	15- 16	Unidad 6: Procesos de interacción <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de marketing digital. uso de redes sociales, SEO, y publicidad online para promover contenido. • Herramientas y principios para crear contenido multimedia 	12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> • Introducción • Estrategia ERCA E: Experimentación R: Reflexión C: Conceptualización A: Aplicación • Taller • Conclusiones 	6h (2s*3h)	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un ensayo de contenido de las diferentes IA Documento de apoyo. https://acortar.link/UNIUGQ • Elaborar un mural digital en Paldlet: El trabajo decente y crecimiento económico. https://acortar.link/KRQoLI 	6h (2s*3h)
Finalización		Clausura del curso de formación a los profesores	2	<i>Líder de proyecto</i>			
TOTAL, DE HORAS POR COMPENENTE			96 h.		48h.		48h.

4.2.1.4. Recursos

En el análisis de recursos y su distribución, estos se configuran como un componente fundamental para la ejecución del plan de formación. Este análisis abarca tanto los materiales necesarios para la capacitación como los aspectos logísticos, que incluyen movilidad, alimentación y el reconocimiento de los docentes.

A continuación, se detalla cada uno de estos elementos en la siguiente tabla:

Tabla 14.
Gastos generales para la formación.

Detalle	Cantidad	Costo U.	Total
Recursos materiales			
• Útiles de oficina	1 kit	\$ 10,00	\$ 150,00
• Alimentación (15PAX*16 semanas)	15unidiad	\$ 1,50	\$ 360,00
• Movilidad	1 transporte	\$ 70,00	\$ 1.220,00
Recursos humanos			
• Capacitadores	48h.	\$ 10,00	\$ 480,00
• Certificados	15PAX	\$ 5,00	\$ 75,00
		Total	\$ 2.285,00

4.2.1.4.1. Recursos humanos

Para este programa de capacitación, se ha considerado la participación de tres destacados profesionales que aportarán de experiencia en su área en el programa de formación, así sí como el perfil de la investigadora principal de la investigación.

Los ponentes deben ser profesionales con trayectoria académica. Deben estar capacitados para liderar el proceso de formación y trabajar en equipo con la investigadora principal. Se deben ajustar al programa, alinearse al objetivo de la investigación. Así como también motivar al desarrollo del pensamiento crítico y mejorar las habilidades de los docentes.

En la siguiente tabla, se muestra el perfil de los pontentes y del investigador principal

Tabla 16.*Perfil de los ponentes y del investigador principal*

DATOS INFORMATIVOS PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN		
N° horas por día (efectivas de clase):	3h.	
N° horas por 16 semanas (efectivas de clase):	48h.	
Aprendizaje autónomo:	48h.	
TOTAL, HORAS	96h.	
PERFIL	TIPO	CARACTERÍSTICAS
Perfil 1 Lenguaje e ideología y valores	Título	Título de tercer nivel, Magíster o Doctorado en Comunicación, Lingüística o campos afines.
	Experiencia	Mínimo tres años de la práctica en docencia universitaria en temas de comunicación y lenguaje.
	Conocimientos adicionales	Experiencia en investigación sobre la influencia del lenguaje en la ideología y los valores mediáticos.
	Habilidades destrezas	Capacidad para desarrollar y aplicar enfoques críticos en el análisis del lenguaje mediático.
Perfil 2 Estética y tecnología	Título	Título de tercer nivel, Magíster o Doctorado en Comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, o Tecnología de Medios.
	Experiencia	Principios de diseño estético en medios digitales. -Tecnologías actuales en producción y edición de contenidos. Tendencias en el desarrollo tecnológico de medios.
	Conocimientos adicionales	Principios de diseño estético en medios digitales. Tecnologías actuales en producción y edición de contenidos. Tendencias en el desarrollo tecnológico de medios.
	Habilidades destrezas	Capacidad para integrar la teoría estética con la tecnología en la creación de contenidos mediáticos. Experiencia en el uso de herramientas tecnológicas avanzadas para la producción de medios.

DATOS INFORMATIVOS PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN

N° horas por día (efectivas de clase):	3h.
N° horas por 16 semanas (efectivas de clase):	48h.
Aprendizaje autónomo:	48h.
TOTAL, HORAS	96h.

PERFIL	TIPO	CARÁCTERÍSTICAS
Perfil 3 Procesos de producción y difusión y procesos de interacción	Título	Título de tercer nivel, Magíster o Doctorado en Comunicación y Medios, Producción Audiovisual, o Comunicación Digital.
	Experiencia	Mínimo tres años de experiencia en docencia universitaria en temas de comunicación y lenguaje.
	Conocimientos adicionales	Técnicas y estrategias en producción y difusión de contenidos. Modelos de interacción en medios digitales y tradicionales.
	Habilidades destrezas	Herramientas y plataformas para la gestión de medios. Capacidad para enseñar los aspectos técnicos y estratégicos de la producción y difusión mediática. Habilidad para implementar y optimizar procesos de interacción en medios. Experiencia en el desarrollo de proyectos de producción mediática y análisis de su impacto.
Perfil 4 Investigador principal	Título en proceso	Estudiante de la Carrera de Comunicación Social en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
	Experiencia	Experiencia práctica en el campo de la comunicación audiovisual y digital en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Experiencia práctica en el campo de la comunicación escrita y audiovisual en Radio Tú 88.9. Experiencia práctica en el campo de la comunicación escrita en el diario La Hora en Santo Domingo de los Tsáchilas.

4.2.2. Ejecución

Para asegurar una ejecución exitosa del plan de formación, se ha seguido un enfoque metodológico tras la identificación de necesidades, la definición de objetivos y la elaboración del plan formativo, junto con la selección de los recursos. El programa se estructura en función a las dimensiones, con una duración total de 96 horas. Cada sección está diseñada para abordar aspectos formativos distintos, asegurando que las evidencias del programa estén interconectadas y permitan un desarrollo coherente y eficaz de la capacitación.

4.2.2.1. Desarrollo de la capacitación

La estrategia pedagógica para abordar el taller es a través de la estrategia ERCA, que abarca experimentación, reflexión, conceptualización y aplicación. Dentro de la parte de experimentación los participantes intercambiarán ideas entre sí con respecto a los conocimientos previos sobre la competencia mediática. En la etapa de reflexión, el docente propondrá siempre casos con respecto a medios e impacto en la sociedad. Con respecto a la conceptualización, el docente tomará y el investigador abordarán la dimensión desde el contexto teórico práctico y finalmente en la etapa de aplicación el docente desarrollará el taller propuesto y complementará con las actividades autónomas previstas en el programa de formación.

A continuación, el desarrollo a detalle enfocado en el ERCA:

Tabla 15.

Cronograma de actividades.

S.	Inicio	Fin	Actividad	Responsable
	8:00	8:15	<i>Feedback</i>	
	8:15	8:30	Introducción	
			Estrategia ERCA	
1 - 16	8:30	10:30	<i>E: Experimentación</i>	Ponente 1, 2, 3 Investigador principal
			<i>R: Reflexión</i>	
			<i>C: Conceptualización</i>	
			<i>A: Aplicación</i>	
	10:30	10:40	Receso	
	10:40	11:00	Conclusiones	

4.2.3. Evaluación

Durante el programa de capacitación, es relevante implementar mecanismos de control de calidad para medir el impacto en los participantes. En particular, la prueba de evaluación final es esencial para analizar los resultados y el progreso mediante una aplicación de encuesta de satisfacción.

4.2.3.1. Aplicación de encuesta de satisfacción

Para medir la calidad y efectividad del programa de capacitación, se recomienda la aplicación de la encuesta de satisfacción que proporciona retroalimentación sobre la relevancia de los contenidos, ponentes, metodología empleada y logística. Esta evaluación identifica fortalezas y áreas de mejora, facilitando ajustes continuos en la capacitación.

4.3. Aplicación de *pos test*

La aplicación del pos test es una herramienta esencial para la evaluación final del programa de capacitación. Esta evaluación se enfoca en las dimensiones propuestas por Ferrés con énfasis en el diagnóstico de este estudio.(ver tabla 9).

El pos tes en esta investigación sirve para hacer una comparativa con el pre test para medir el impacto del plan de formación para ver si mejora o no mejora el nivel de competencia mediática identificado en el objetivo uno.

Una propuesta que se debería considerar en caso de ejecutar el plan piloto de formación de este estudio, la investigación puede cambiar a longitudinal lo que permitiría medir en diferentes etapas del plan de formación.

5. DISCUSIÓN

La presente investigación se propuso como objetivo principal contribuir al mejoramiento del nivel de competencias mediáticas de los profesores de educación básica de la Unidad Educativa San Jacinto del Búa, lo cual dio como resultado que los docentes presentan un nivel medio, con porcentajes de logro diferentes en cada caso estudiado.

Realizando una comparativa entre los resultados obtenidos en la Unidad Educativa de San Jacinto del Búa y la investigación de Arenas (2012), en cinco regiones de Colombia, se puede observar que el nivel de competencia mediática de los profesores colombianos también alcanza un nivel medio.

En la dimensión estética, se pudo destacar que los aspectos técnicos no son considerados en todo momento por los profesores. El 40% de los profesores prioriza siempre la importancia de hacer una presentación visualmente atractiva cuidando los aspectos estéticos y el 33,33% es capaz de siempre identificar el cumplimiento de exigencias estéticas y artísticas de una presentación. Si bien es cierto que, la mayor parte de los profesores lo realiza habitualmente o en ocasiones, es importante demostrar la importancia de esta dimensión, como complemento clave de la competencia mediática.

En el caso de la dimensión de lenguaje, esta cuenta con 4 indicadores pertenecientes al ámbito de análisis y 3 al ámbito de expresión, sumando un total de 7 indicadores. En esta dimensión se obtuvo un nivel medio con la calificación más baja de todas, alcanzando 1,98 en las encuestas realizadas. Esta dimensión en el estudio de Arenas alcanzó una calificación de 2,05 siendo la cuarta menor de sus calificaciones.

Por último y no menos importante, la dimensión de tecnología que está compuesta por 7 indicadores divididos en 4 de ámbito de análisis y 3 de análisis de expresión. En esta dimensión obtuvieron una calificación de 2,05 de nivel medio, siendo superior a la obtenida por Arenas de 1,67, siendo la calificación inferior de todas las dimensiones.

Por otro lado, en un estudio realizado en las ciudades de Quito, Cuenca, Machala en

comparativa con este estudio, revelan diferencias y similitudes en el nivel de competencias mediáticas entre docentes. En Quito, Cuenca y Machala, según Rivera, et al. (2019), se observó un nivel medio-bajo en varias dimensiones de competencias mediáticas, particularmente en tecnología, producción y difusión, así como en ideología y valores, siendo esta última la menos desarrollada. Aunque los docentes también presentan un nivel medio-bajo en tecnología, la dificultad de adaptación a nuevas tecnologías se destaca como una problemática que puede ser relacionada con la falta de equipos digitales y el acceso a Internet.

Ambos estudios destacan la importancia de la infraestructura tecnológica para el desarrollo de competencias mediáticas. La falta de actualización de equipos y recursos digitales limita el nivel de competencias mediáticas entre los docentes. Además, la brecha en dimensiones como lenguaje y estética indica deficiencias en la formación integral en el uso de medios y tecnologías. Para abordar estas deficiencias se recomienda una implementación de programas de formación continua para los docentes.

En este estudio, el 80% de los profesores son capaces de identificar habitualmente o en ocasiones los programas con los que se realiza una creación audiovisual. Los profesores utilizan en más del 75% programas de edición de videos e imágenes para la creación de contenido para sus estudiantes. Los profesores mencionan manejar perfecta y notablemente el internet en un 86%, las redes sociales en un 80% al igual que la prensa. El uso de smartphone lo sitúan en un 53% y la radio por un 40%.

Por ello, se pudo reconocer que los profesores de la unidad educativa de San Jacinto del Búa tienen conocimientos y habilidades sobre los procesos de producción y difusión y procesos de interacción, sin embargo, en el resto de las dimensiones no se alcanzan los resultados deseados, lo que permite asegurar que hay desconocimiento de los otros temas.

Las dimensiones de lenguaje, tecnología y estética, han sido consideradas áreas significativas de mejora. Dos de ellas relacionadas con la comprensión de los códigos

usados, lenguaje y estética, que implican que los usuarios de las plataformas, redes, canales mediáticos de información tienen que poseer la capacidad para decodificar la información que se transmite desde códigos diversos y desde una hipertextualidad que conduce a la búsqueda de conexiones entre una y otra red social. El uso correcto de la estética también se aplica en diversos campos tecnológicos, sin embargo, el hecho de no tener lograda estas competencias en las dimensiones nombradas, permiten asegurar que el docente no tendría una comprensión integral.

De igual manera, tal situación descrita coincide con lo estudiado por Mateus et. al (2019), en tres países España, Chile y Perú, donde se buscaba medir la competencia mediática. La suma de capacidades para interactuar críticamente con los medios de comunicación, llegaron a determinar en el caso de España que los españoles no obtuvieron los niveles mínimos aprobatorios. Aseguran que las peores puntuaciones estuvieron en las dimensiones estética y de lenguajes, mientras que los mejores fueron en el uso de tecnología, en especial entre los más jóvenes. En este último caso difiere de lo alcanzado en el presente estudio, debido a que la dimensión tecnología también se encuentra en la escala media. Las habilidades de los profesores para desenvolverse en entornos mediáticos y multimodales están en el rango medio, considerado significativo que no siempre se muestra una comprensión total del papel que juegan los medios tanto tradicionales como digitales en la fabricación de mensajes que muchas veces son manipulados.

En relación con los dos ámbitos de la competencia mediática, hay una diferencia notable, si se compara con los resultados obtenidos por Arenas (2022). El investigador pudo determinar que los profesores presentan mayor porcentaje de logro en el ámbito de expresión que en el de análisis, y concluye entonces que, en ambos ámbitos, están mejor capacitados para la producción, elaboración y difusión de mensajes que para el análisis, interpretación, evaluación y valoración crítica de dichos mensajes. En el caso de lo obtenido en este estudio, se puede determinar que el ámbito de análisis obtuvo un valor de 2,28 como logro Avanzado, mientras que el ámbito de expresión obtuvo un valor de 2,17, con un

logro medio.

Por consiguiente, las dimensiones e indicadores presentados anteriormente, se tomaron como modelo a partir del estudio realizado por Ferrés y Piscitelli (2012), que fueron también empleados por Arenas (2022) en su investigación tomada como referencia para el presente estudio. Otros autores, Mateus et al., (2019) igualmente asumen las dimensiones declaradas, lo que corrobora su importancia y pertinencia para el estudio en competencias mediáticas. Así también, menciona que no hay una presencia formalizada en todos los currículos nacionales sobre competencia mediática, lo cual ocurre también en Ecuador, pues hoy en día el Ministerio de Educación incluye la competencia digital como ocurre en otras regiones del mundo , pero la competencia mediática tiene el desafío de crear un espacio en los currículos educativos para que se reconozca como un derecho de las personas a formarse en esta área para poder comprender y producir discursos en un mundo cada vez más propenso a la vida digital.

Esto permitirá que se pueda evaluar la competencia mediática, realizar comparaciones en diferentes ámbitos, desde el diagnóstico hasta el pronóstico, medir los resultados que se vayan obteniendo y trazar políticas educativas que garanticen que se mejore la competencia de los estudiantes durante su paso por el sistema educativo. Aguaded et al., (2021) citado por Arenas (2022) refiere que el escaso rol que están jugando las instituciones escolares en la adquisición de competencias mediáticas entre sus estudiantes y profesores, es no solo un problema sino un reto a superar porque sin este es un escenario privilegiado para promover este tipo de competencias.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Se determinó que el nivel de competencia mediática de los profesores de educación básica de San Jacinto del Búa fue medio, con una calificación de 2,21 y un porcentaje de logro de 73,7%.

Se identificaron las dimensiones con deficiencias en la competencia mediática siendo lenguaje, tecnología y estética las de menor calificación, estas falencias fueron adaptadas en función al piloto realizado para el plan de capacitación.

Las dimensiones de procesos de producción y difusión e ideología y valores fueron las dimensiones que mejor calificación obtuvieron, y por ende mejor dominio en el profesorado encuestado.

6.2. Recomendaciones

Considerar y ejecutar el plan de capacitación detallado en este estudio que permita la formación continua de los docentes y el fortalecimiento en cada una de las dimensiones de la competencia mediática, para así integrar de manera constante el uso de medios digitales en sus prácticas pedagógicas diarias.

Implementar talleres o capacitaciones dirigidas a los estudiantes que les permita comprender las dimensiones clave del contenido y desarrollar habilidades críticas y digitales. Esta formación contribuirá significativamente tanto a la integración de las competencias en el proceso educativo como al éxito académico general de los estudiantes.

Fomentar el autoaprendizaje en los profesores de educación básica de San Jacinto del Búa, que mejoren sus conocimientos y habilidades en competencias mediáticas demandadas en la educación básica.

7. REFERENCIAS

Aguaded, J.G. (2012). La educomunicación: Una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Revista digital de comunicación*, 1, (2), 259-261.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3970464>

Arribas A. (2006). Adaptación transcultural de instrumentos, guía para el proceso de validación de instrumentos tipo encuestas. *Revista Científica de la AMBB*, 16, 3

<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2019/07/1007566/4to-articulo.pdf>

Arenas-Fernández, A. (2022). *Competencia mediática en estudiantes y profesores colombianos*. [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio institucional.

https://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/arturo_C_284.pdf

Ballesta, J. Martínez J. & Céspedes, R. (2017). Un modelo integrador para la alfabetización mediática y la competencia digital en Educación Primaria. *Revista Fuentes*, 19(2), 139-154. <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes>, 2017.19.2.10.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/4394/3996>

Braslavsky, C. (2003). ¿Qué se entiende por alfabetización? *Lectura y Vida, Revista Latinoamericana de Lectura*, [https://isfd87-bue.infed.edu.ar/sitio/material-bibliografico-de-interes-para-docentes-que-se-desempenen-en-el-nivel-](https://isfd87-bue.infed.edu.ar/sitio/material-bibliografico-de-interes-para-docentes-que-se-desempenen-en-el-nivel-superior/upload/Braslavsky1._QUE_SE_ENTIENDE_POR_ALFABETIZACION.pdf)

[superior/upload/Braslavsky1._QUE_SE_ENTIENDE_POR_ALFABETIZACION.pdf](https://isfd87-bue.infed.edu.ar/sitio/material-bibliografico-de-interes-para-docentes-que-se-desempenen-en-el-nivel-superior/upload/Braslavsky1._QUE_SE_ENTIENDE_POR_ALFABETIZACION.pdf)

Castellano, D. & Sinmaleza, K. (2022). Evaluación del nivel de alfabetización mediática de los padres de adolescentes en Santo Domingo. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica] ISSUU.

https://issuu.com/pucesd/docs/tt_castellano_dayra_y_sinmaleza_krystel

Castro Lara, E. (2016). Educomunicación, los primeros 60 años de una historia polisémica. *Rehuso: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 1(2) 103-119.

Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

<https://www.redalyc.org/pdf/6731/673171012006.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2014). *Uso seguro de las TIC puede ayudar a niños y adolescentes a ejercer mejor sus derechos*. CEPAL

<https://www.cepal.org/es/comunicados/uso-seguro-de-las-tic-puede-ayudar-ninos-y-adolescentes-ejercer-mejor-sus-derechos>

Constitución de la República del Ecuador. (2013). Normas Constitucionales.

https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/TRANSP-NORMAS_CONSTITUCIONALES.pdf

Ferrés, J. & Masanet, J. (2015). La educación mediática en la universidad española. *Revista Complutense de Educación*, 28(3), 985-992. <https://doi.org/10.5209/RCED.53881>

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*, *The media competence: An articulated proposal of dimensions and indicator*. *Revista Comunicar*, (38), DOI: 10.3916/C38-2011-02-08

Hernández S. R., Fernández C. C., & Baptista P. L. (2020). *Metodología de investigación*. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Iriarte Solano, M., Celly, S., & Rivera-Rogel, D. (2021). Número Especial RICE. La competencia mediática en la educación infantil en Ecuador. *Comunicación más allá de los medios, educomunicación, instituciones y construcción cultural*. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 8 (194), 190-212.

<https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/241/245>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023). *Tecnologías de la Información y Comunicación TIC*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>

Grados, A. J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. 4-ta edición (México)

Gutiérrez. M, Alfonso & Kathleen T. (2012) *Educación para los medios*,

alfabetización mediática y competencia digital. Comunicar. 19, (38) 31-39.

http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1988-32932012000100005&script=sci_abstract

Kačínová, V. Sádaba & Chalezquer, C. (2022). Conceptualización de la competencia mediática como una “competencia aumentada”. *Revista Latina de Comunicación Social, 80*, 21-38. DOI: 10.4185/RLCS-2022-1514.

<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1517/3232>

Ley Orgánica de Educación Intercultural (2017, 19 de mayo.) Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 417. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Ley-Organica-Educacion-Intercultural-Codificado.pdf>

Mateus, J.C., Andrada, P., & Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista De Comunicación, 18 (2)*, 287–301. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A14>

Meneses J. (2016) El cuestionario. Universidad Oberta de Catalunya. *El cuestionario y la entrevista*.PID_00234754
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>

Olvera, L. (2021). *Influencia de las redes sociales en la educomunicación de los jóvenes de la parroquia 24 de mayo de la ciudad de Quevedo*. [Exámen complejo, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11042>

Lopez P., & Fachelli R. S. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa (1ª ed.)*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) | Barcelona. Dipòsit Digital de Documents https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoccua_a2016_cap1-2.pdf

Ramos J. (2021). *Herramientas digitales para la educación* ISBN: 978-3-96931-413-5 Verlag GD Publishing Ltd. & Co KGE-Book Distribution: XinXii
https://books.google.com.ec/books?id=GmgjEAAAQBAJ&pg=PT4&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=1#v=onepage&q&f=false

Rivera-Rogel D., Mier C., & Rodríguez-Hidalgo C. (2019). *Competencias mediáticas en Ecuador*. Pearson. Ed.1 <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18257>

Robles B. (2019). Población y muestra. *Revista Oficial Multidisciplinaria e Interdisciplinaria de la Universidad Privada Anterior Orrego*, 30(1): 245-246, 2019
:doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121
<https://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269>

Alfabetización mediática e informal (2023). *Las cinco leyes de la alfabetización mediática e informacional*. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy/five-laws>

Plan de Creación de Oportunidades, (2021-2025). *Plan de creación de oportunidades*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Valdivia-Barros, A. Pinto Torres, D. & Herrera Baza, M. (2018). Alfabetización Mediática y aprendizaje. *Revista Electrónica Educare*,
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-42582018000200125&script=sci_arttext

8. ANEXOS

Anexo 1. Indicadores de la competencia mediática.

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

Nota: 55 Indicadores de la competencia mediática

Anexo 2.

Aspectos descriptivos del docente

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Masculino	5	33,33%
Femenino	10	66,66%

Anexo 3.

Edad de los docentes

Edad	Cantidad	Porcentaje
18 a 24 años	0	0,0%
25 a 34 años	0	0,0%
35 a 44 años	7	47,67%
45 a 54 años	7	47,67%
54 años	1	6,67%

Anexo 4.

Nivel educativo

Nivel	Cantida d	Porcentaje
Tecnología	10	33,33%
Tecnología	0	0,0%
Licenciatura / Ingeniería	0	0,0%
Maestría	3	66,67%
Doctorado	2	13,33%

Anexo 5.

Parroquia donde pertenece

Parroquia	Cantidad	Porcentaje
Puerto Limón	0	0,0%
San Jacinto del Búa	15	15,00%
Valle Hermoso	0	0,0%
Alluriquín	0	0,0%
El Carmen	0	0,0%

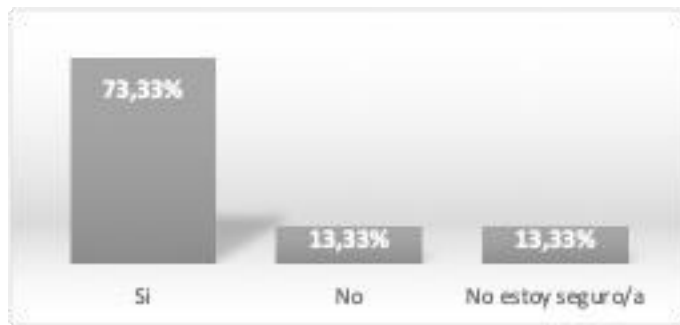
Anexo 6.

Lugar de docencia

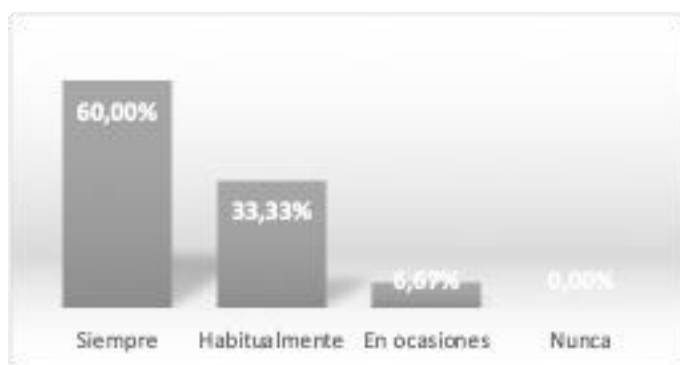
Nivel	Cantidad	Porcentaje
Básica Elemental	1	6,67,%
Básica media	5	33,33%

Anexo 7.

Conocimientos de los tipos de medios de comunicación.

**Anexo 8.**

Importancia de integrar la alfabetización mediática en los estudiantes.

**Anexo 9.**

Uso de los medios de comunicación de manera responsable y efectiva en sus clases.



Anexo 10.

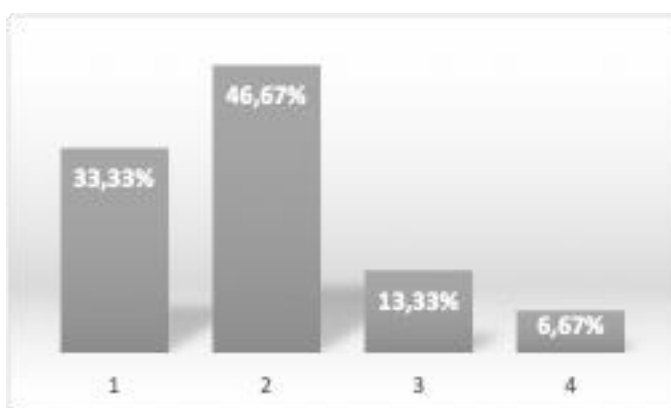
Uso responsable de los medios de comunicación.

**Anexo 11.**

Usos inapropiados de los medios de comunicación, redes sociales y el internet.

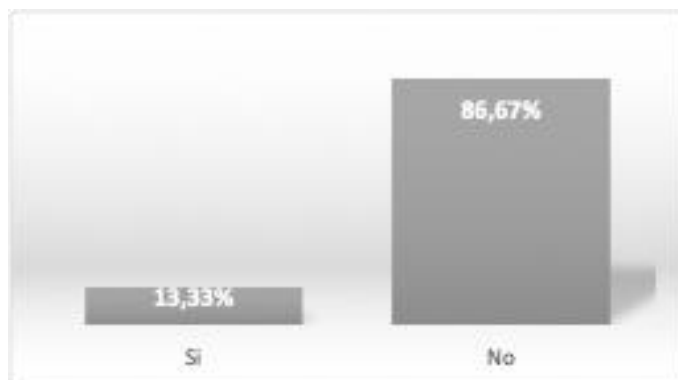
**Anexo 12.**

Producción mediática de estudiantes en el aula, mediante contenido audiovisual en los medios emergentes.



Anexo 13.

Los docentes son responsables de la educación en medios de comunicación en los estudiantes.

**Anexo 14.**

Reconocer las diversas ventajas del uso de los medios de comunicación en la vida profesional.

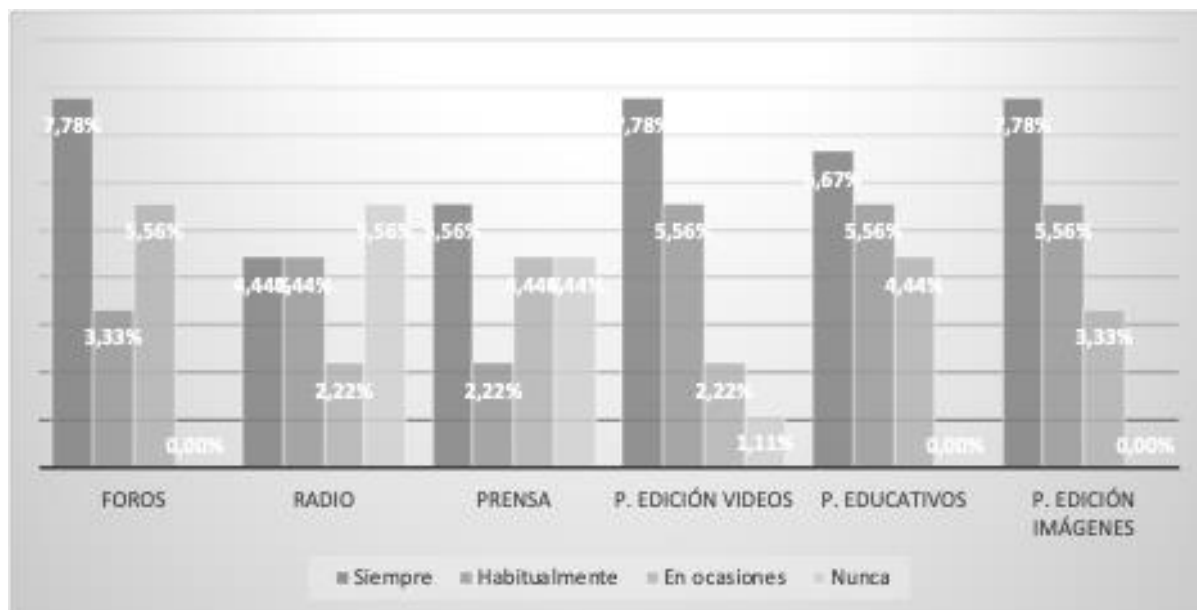
**Anexo 15.**

Influencia de los medios de comunicación tradicional en la actividad profesional.

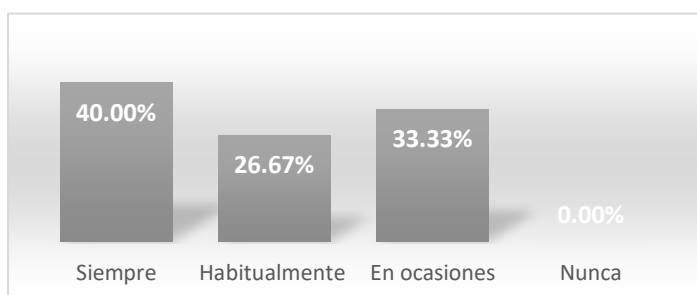
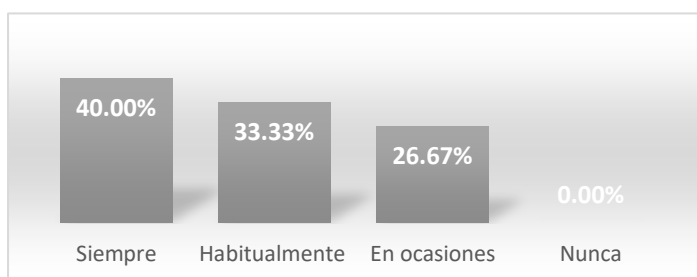


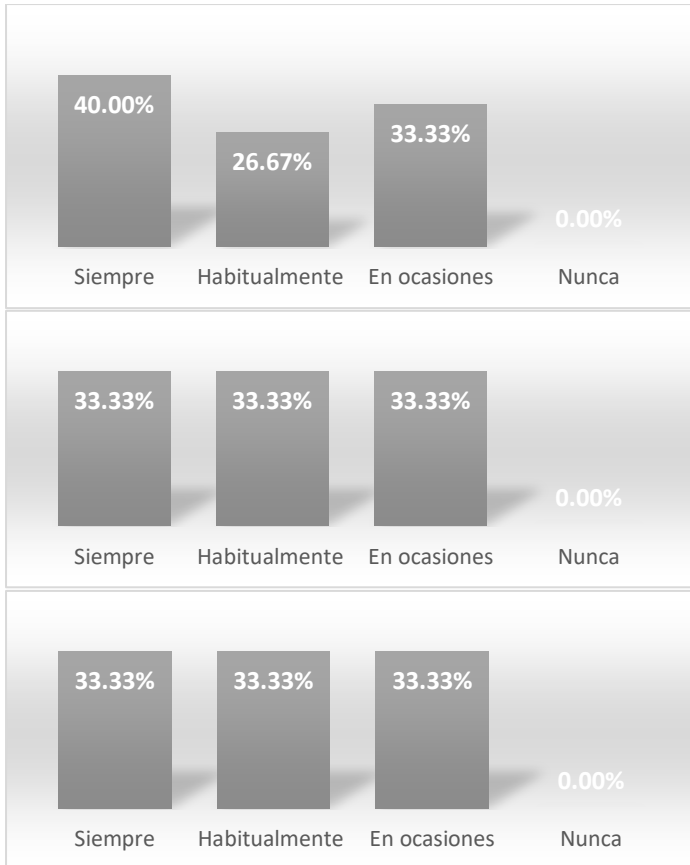
Anexo 16.

Frecuencia del uso de recursos educativos para mejorar presentaciones y contrastar información.

**Anexo 17.**

Selección de materiales de los medios de comunicación para el uso en clases.





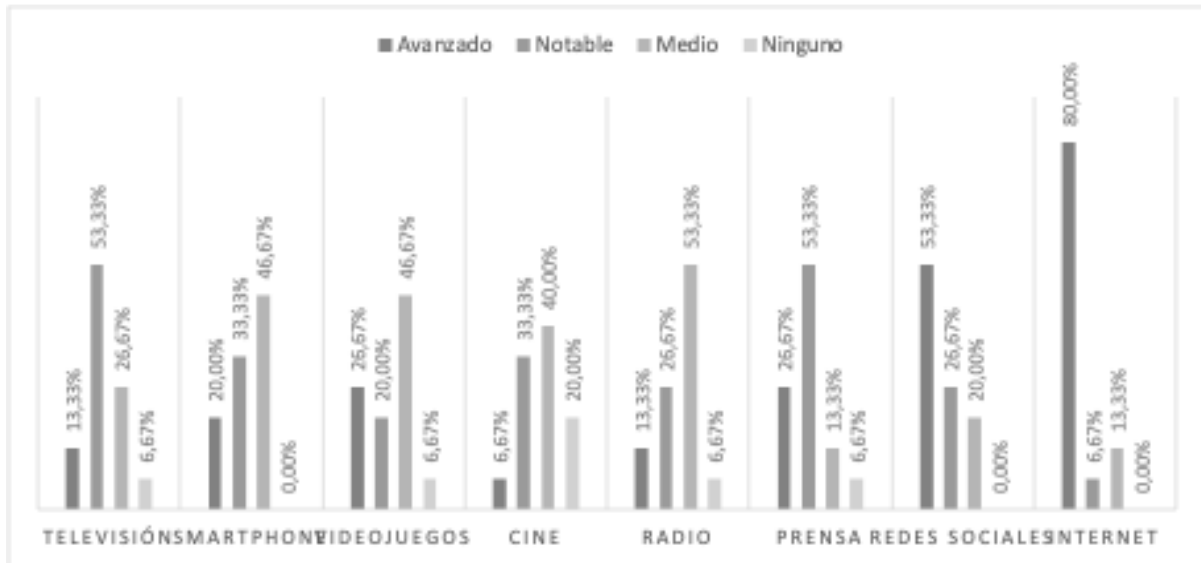
Anexo 18.

Grado de importancia en competencias asociadas a la educación en medios de comunicación.

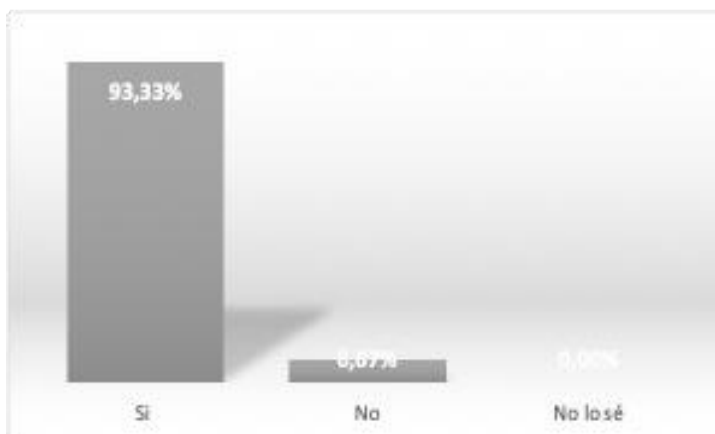


Anexo 19.

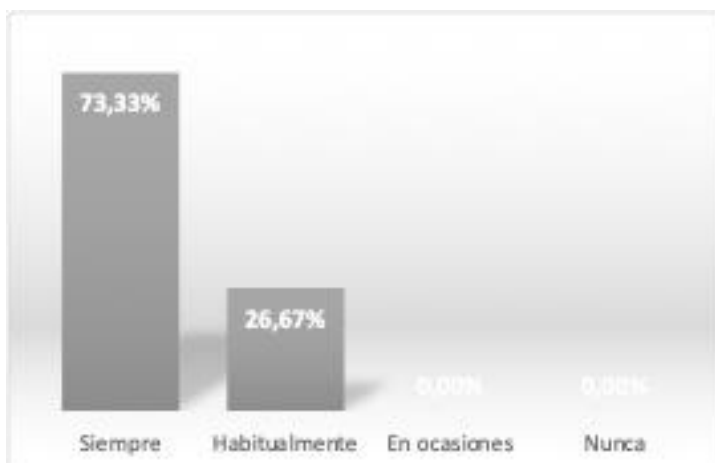
Nivel de dominio de medios de comunicación clásicos y emergentes.

**Anexo 20.**

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental.

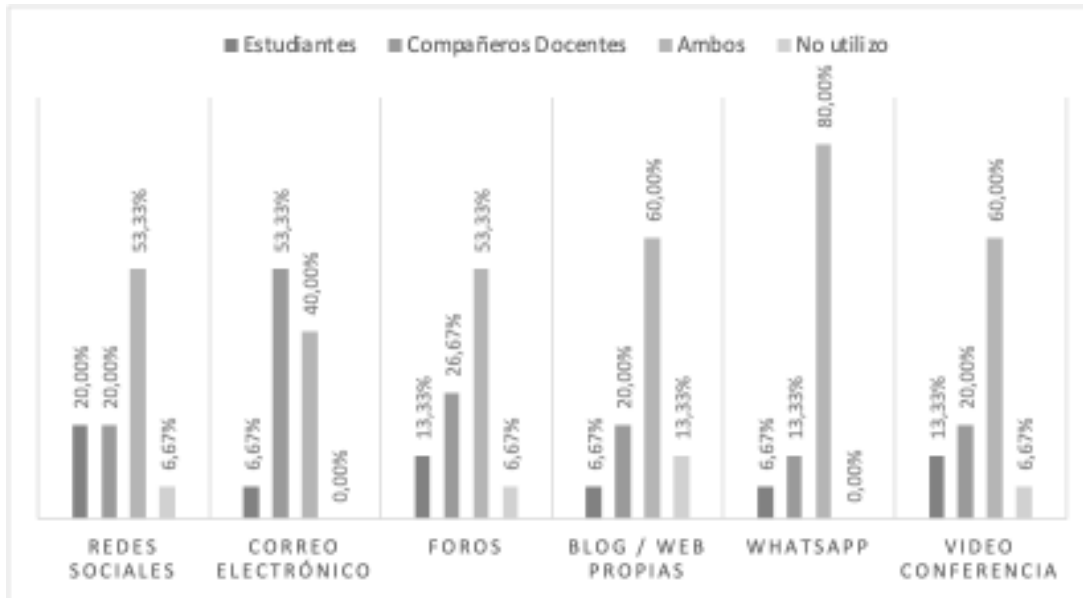
**Anexo 21.**

Búsqueda de información significativa y relevante.

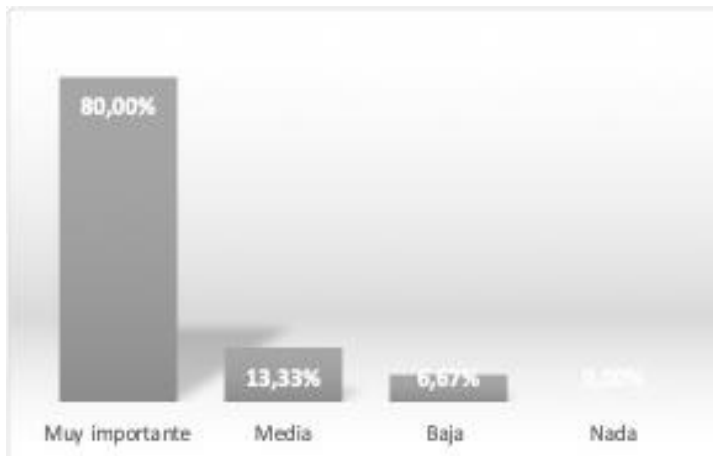


Anexo 22.

Medio de comunicación interactivo para comunicarse.

**Anexo 23.**

Sintetizar información, de manera organizada, proveniente de los medios de comunicación.

**Anexo 24.**

Uso correcto de las herramientas para diseñar o difundir creaciones o productos mediáticos.



Anexo 25.

Uso de los valores que desea comunicar a través de sus mensajes.

**Anexo 26.**

Reconocimiento de la ideología que se transmite.

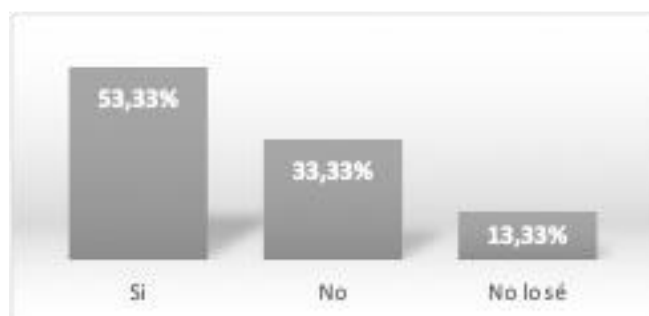
**Anexo 27.**

Identificación de los siguientes enunciados.



**Anexo 28.**

Códigos deontológicos que regulan los contenidos.



Anexo 29.

Estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico en los medios de comunicación.

**Anexo 30.**

Identificación de una publicación el uso de códigos de lenguaje audiovisual.

**Anexo 31.**

Uso de los códigos de lenguaje audiovisual: enfoque, color, tamaño.

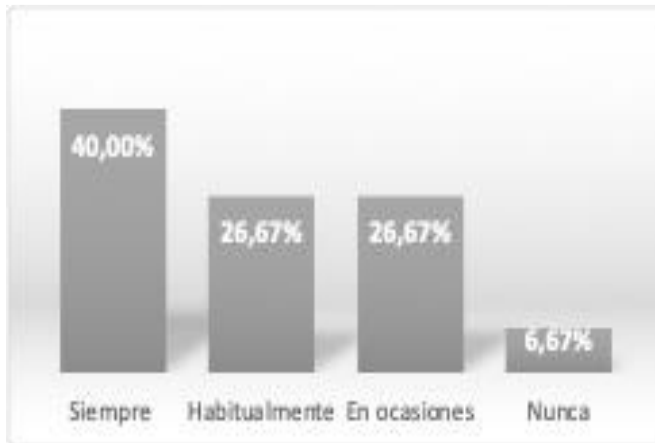


Anexo 32.

Reconocimiento sobre una creación audiovisual o producto mediático.

**Anexo 33.**

Aspectos estéticos y artísticos que sean impactantes.

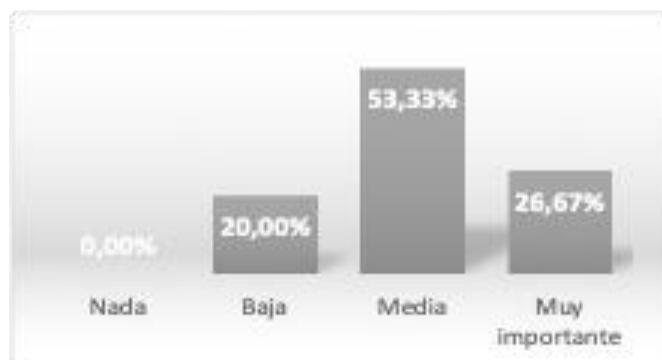
**Anexo 34**

Reconocimiento de un producto mediático cuando no cumple con exigencias de gusto estético o artístico.



Anexo 35.

Prosumer de los medios de comunicación.

**Anexo 36.**

Calificación por pregunta

Dimensiones de la competencia	Total, de preguntas	Número de preguntas	Calificación promedio por dimensión
Lenguaje	3	29, 30, 34	1,98
Tecnología	7	6, 8, 14, 15, 18, 23, 31	2,05
Procesos Interacción	1	21	2,00
Procesos Producción y difusión	9	11, 13, 16, 19, 20, 22, 26, 27, 28	2,39
Ideología y valores	7	7, 9, 10, 12, 17, 24, 25	2,21
Estética	2	32, 33	2,39

Anexo 37.

Calificación por ámbito de análisis y de expresión

Dimensiones de la competencia	Total, de preguntas	Número de preguntas	Calificación promedio por ámbito
Lenguaje	17	7, 8, 12, 13, 14, 17, 19, 20, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 33, 34	2,28
Tecnología	12	6, 9, 10, 11, 15, 16, 18, 21, 23, 24, 30, 32	2,17

Anexo 38.

Carta de aceptación de investigación académica Unidad Educativa San Jacinto del Búa.


**SANTO
DOMINGO**

 COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

Santo Domingo, 07 de marzo de 2024

Estimado
Señor Ítalo Germán Sigcho Ocampo
Rector de la Unidad Educativa "San Jacinto del Búa"

De mis consideraciones

Por medio de la presente, me dirijo a usted en representación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo para solicitar su colaboración en un proyecto de investigación académica.

Nuestra estudiante de la carrera de Comunicación, Kerly Melissa Castro Ruiz, con cédula de ciudadanía 1755407895, se propone realizar una encuesta sobre la capacidad de alfabetización y competencias mediáticas en los profesores de educación básica en la zona rural de la parroquia "San Jacinto del Búa". El objetivo de este proyecto es identificar áreas de mejora y diseñar programas de capacitación que beneficien tanto a los docentes como a los estudiantes.

Le solicitamos amablemente su autorización para llevar a cabo esta encuesta en las instalaciones de la Unidad Educativa San Jacinto del Búa, con los profesores de la institución. Además, nos gustaría explorar la posibilidad de colaboración futura para implementar programas de capacitación adaptados a las necesidades identificadas.

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

Agradecemos de antemano su atención y apoyo a esta iniciativa.

Atentamente,

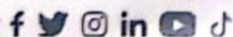


Marcelo Moreira Cedeno, Mg.
Coordinador de la carrera de Comunicación
CI: 1722281399
Teléfono: 0980664923
Correo: cec@pucesd.edu.ec
PUCE Santo Domingo
Santo Domingo, Ecuador

Dirección: Vía a Chone Km. 2.

Código postal: 230203 / Teléfono: (593-9) 8066 4923

Santo Domingo - Ecuador / www.pucesd.edu.ec



Anexo 39.

Aplicación de encuestas a los docentes de San Jacinto del Búa.

**Anexo 40.**

Acompañamiento de capacitación a docentes en El Esfuerzo.

**Anexo 41.**

Grupo de capacitación en El Esfuerzo.

