

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Estudio de competencia mediática en los jóvenes de la ciudad de Cuenca

PRIMEROS RESULTADOS

Cecilia Ugalde Sánchez
Catalina González Cabrera

UNIVERSIDAD DEL AZUAY 50 AÑOS | Casa Editora

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Estudio de competencia mediática en los jóvenes de la ciudad de Cuenca

PRIMEROS RESULTADOS

Investigación sobre el grado de competencia de los estudiantes y docentes de los colegios del Distrito Sur de la ciudad de Cuenca.

Evaluación de los conocimientos sobre TIC y uso de medios en padres de familia del distrito norte y sur de la ciudad de Cuenca.

Cecilia Ugalde Sánchez
Catalina González Cabrera

ESTUDIO DE COMPETENCIA MEDIÁTICA EN LOS JÓVENES DE CUENCA

Estudio sobre el grado de competencia de los estudiantes y docentes de los colegios del Distrito Sur de la ciudad de Cuenca.

Evaluación de los conocimientos sobre TIC y uso de medios en padres de familia del Distrito Norte y Sur de la ciudad de Cuenca.

AUTORAS
Cecilia Ugalde Sánchez
Catalina González

2016 Universidad del Azuay

Primera edición

e-ISBN: 978-9978-325-61-2

ISBN: 978-9978-325-60-5

Diseño Gráfico:

Departamento de Comunicación y

Publicaciones - Jhonn Alarcón

Cuenca, Ecuador

Contenido

Agradecimiento 15
Prólogo 17

Capítulo 1

Introducción 23
1.1.Justificación de la investigación 25
1.2.La competencia mediática ¿de dónde nace y a dónde va? 26
1.2.1.Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) 26
1.2.2.Alfabetización mediática e informacional (AMI) 27
1.2.3.Aplicaciones al concepto "Competencia" 29
1.2.4.Dimensiones para definir la competencia mediática 31
1.2.5.Las dimensiones e indicadores de Ferrés y Piscitelli 33
1.3.Objetivo del estudio 37
1.4.Proceso metodológico 38
1.4.1. Descripción de la muestra 39
1.4.2. Metodología cuantitativa 39
1.4.3. Metodología cualitativa 39

Capítulo 2

Informe de resultados de la competencia mediática de los estudiantes 41
2.1. Datos demográficos y de pertinencia 43
2.2. Nivel de formación recibida en comunicación audiovisual y digital por los estudiantes de los colegios públicos, privados y fiscomisionales del distrito sur la ciudad de Cuenca 45
2.3. Análisis de los resultados de las encuestas de los estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones 48
Pregunta 6. ¿Cuál es el navegador que más utilizas? 48
- Pregunta 6.1. Señale la razón principal por la que lo utiliza 48
- Pregunta 7. ¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet? 49
- Pregunta 8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum? 50

- Pregunta 9. Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante 51
- Pregunta 9.1 ¿En qué te has basado para tomar tal decisión? 52
- Pregunta 10. Señala si conoces cómo - Manejo de nuevas herramientas tecnológicas 53
- Pregunta 11. Señala si has realizado alguna de estas actividades 54
- Pregunta 12. ¿Qué red social utilizas más? 55
- Pregunta 12.1 Utilizas las redes sociales para: 57
- Pregunta 13. ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONG debatiendo sobre tomas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de estas? 58
- Pregunta 13.1 ¿Cómo crees que participas en dichos temas? 59
- Pregunta 14. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones 60
- Pregunta 15. ¿Comprende la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentra en los medios? 60
- Pregunta 16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en el siguiente fragmento de película? Puede escoger más de una opción de respuesta 61
- Pregunta 17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones 62
- Pregunta 18. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otras publicaciones difundidas en la web o emitidas en algún medio de comunicación? 63
- Pregunta 19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de... 65
- Pregunta 20. ¿Decides por ti mismo qué ves? 65
- Pregunta 21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película? 66
- Pregunta 22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante. Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla 67
- Pregunta 23. ¿Ha editado o manipulado con programas de ordenador imágenes, vídeos o audios? 68

- Pregunta 23.1. De todas estas herramientas de edición ¿cuál o cuáles has utilizado? 69
- Pregunta 24. Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes 70
- Pregunta 25. Quieres presentarte a un concurso de vídeo en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto 71
- Pregunta 26. ¿Utilizas en tus trabajos recursos *Creative Commons*? 72
- Pregunta 27. Nombra y describe un anuncio que recuerdes 73
- Pregunta 27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio? 75
- Pregunta 28. ¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico? 76
- Pregunta 28.1 ¿Por qué ha escogido esta imagen? Puede marcar más de una opción 77
- Pregunta 29. Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite 78
- Pregunta 29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo? 79
- Pregunta 29.2 ¿Puede influir en otras personas? 79
- Pregunta 29.3 ¿Por qué les influye? 80
- Pregunta 30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento del anuncio, no me estoy moviendo por emociones. 81
- Pregunta 31. Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente 82
- Pregunta 31.1 ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte? 82

2.4. Resumen general por dimensiones de los estudiantes 83

2.5. Conclusiones y recomendaciones 85

Capítulo 3

Informe de resultados de la competencia mediática de los profesores 89

3.1. Datos demográficos y de pertinencia 91

3.2. Nivel de formación recibida en comunicación audiovisual y digital de los profesores de los colegios públicos, privados y fiscomisionales del distrito sur la ciudad de Cuenca 95

3.3. Análisis de los resultados de las encuestas de los profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones 96
Pregunta 9. ¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta en su institución educativa? 96
Pregunta 10. ¿Una ***tablet*** permite almacenar, procesar la información y acceder a Internet? 97
Pregunta 11. ***Google, Safari, Bing*** o ***Yahoo!...*** ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial? 98
Pregunta 12. ¿Usar el GPS en la telefonía móvil permite la localización exacta de su ubicación? 99
Pregunta 13. ¿Posee un ***Smartphone***? 99
Pregunta 14. ¿Para qué utiliza un ***Smartphone***? 100
Pregunta 15. Los recursos educativos que utilizo con mis alumnos son: 101
Pregunta 16. Conoce las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa 101
Pregunta 17. Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos 102
Pregunta 18. ¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (***PhotoShop, Paint***, etc.)? 103
Pregunta 19. En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, informal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor? 104
Pregunta 20. ¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje? 105
Pregunta 21. Se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo 106
Pregunta 22. ¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal? 107
Pregunta 23. Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos? 108
Pregunta 24. ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet? 109

Pregunta 25. En nuestro país, ¿existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil? 110
Pregunta 26. ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales? 111
Pregunta 27. ¿*Creative Commons* es una licencia para proteger los derechos de autor en la red? 112
Pregunta 28. *Facebook* o *Twitter*, ¿Pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas? 113
Pregunta 29. ¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación? 114
Pregunta 30. ¿Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión? 115
Pregunta 31. ¿Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede? 116
Pregunta 33. ¿Una *Webquest* es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web? 117
Pregunta 34. Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para... 118
Pregunta 35. Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración? 119
Pregunta 36. En los medios, ¿se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico? 120
Pregunta 37. La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo? 121
Pregunta 38. ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos? 122
Pregunta 39. ¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)? 123
Pregunta 40. ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos? 123
Pregunta 41. ¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias? 124

Pregunta 42. ¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo? 125
Pregunta 43. Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna web, toma usted precauciones basadas en: (Puede marcar más de una casilla) 126
Pregunta 44: ¿Le gustaría recibir formación sobre competencia mediática? 127
3.4. Resumen final general por dimensiones de los profesores 128
3.5. Conclusiones y recomendaciones 130

Capítulo 4

Análisis de los resultados de los grupos focales a los padres de familia de los colegios del distrito norte y sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones 135
4.1. Ficha técnica grupos focales padres de familia 137
4.2. Resultados grupos focales padres de familia acorde a las dimensiones 138
4.2.1. Dimensión lenguaje
1384.2.2.Dimensión tecnología 139
4.2.3.Dimensión estética 140
4.2.4.Dimensión recepción e interacción 140
4.2.5.Dimensión procesos de producción y difusión 142
4.2.6.Dimensión ideología y valores 142
4.3.Conclusión del análisis de grupos focales 144
4.4.Futuras líneas de investigación 144
4.5.Conclusión 145
Referencias bibliográficas 147

Anexos 153

Anexo 1. Encuesta Competencia Mediáticas – Estudiantes 153
Anexo 2. Encuesta Competencia Mediáticas - Profesores 163
Anexo 3. Resumen de los resultados obtenidos en estudiantes en cada dimensión 169
Anexo 3.1. Resumen de los resultados de la dimensión lenguaje 169

Anexo 3.2. Resumen resultados dimensión tecnología 171
Anexo 3.3. Resumen resultados dimensión recepción e interacción 173
Anexo 3.4. Resumen resultados dimensión producción y difusión 175
Anexo 3.5. Resumen resultados dimensión ideología y valores 177
Anexo 3.6. Resumen resultados dimensión estética 179
Anexo 4. Resumen de los resultados obtenidos en profesores en cada dimensión 181
Anexo 4.1. Resumen de los resultados de la dimensión lenguaje 181
Anexo 4.2. Resumen de resultados dimensión tecnología 182
Anexo 4.3. Resumen de resultados dimensión recepción e interacción 184
Anexo 4.4. Resumen de resultados dimensión producción y difusión 186
Anexo 4.5. Resumen resultados dimensión ideología y valores 188
Anexo 4.6. Resumen resultados dimensión estética 190

Gráficos

Gráfico 1. Edad de los estudiantes encuestados 44
Gráfico 2. Tipo de centro educativo 44
Gráfico 3. Grado de formación audiovisual y digital 45
Gráfico 4. Forma de adquirir formación en comunicación audiovisual y digital 47
Gráfico 5. Navegador que más utiliza 48
Gráfico 6. Conocimiento de características para utilizar un navegador de Internet 49
Gráfico 7. Eficacia para realizar búsquedas en Internet 50
Gráfico 8. Orden de importancia de páginas de consulta en Internet 52
Gráfico 9. Criterios para escoger una página web de consulta 53
Gráfico 10. Manejo de nuevas herramientas tecnológicas y actividades en red 55
Gráfico 11. Conocimiento de redes sociales 56
Gráfico 12. Redes sociales más utilizadas 57
Gráfico 13. Significado de lenguajes de comunicación mediática 62
Gráfico 14. Actitud crítica frente a los contenidos de los medios de comunicación 65
Gráfico 15. Decisión sobre lo que ve en los medios 66
Gráfico 16. Conocimiento para usar o desechar una fotografía 67
Gráfico 17. Edición digital multimodal 68
Gráfico 18. Anuncios más recordados por los estudiantes 74
Gráfico 19. Capacidad de reconocer aspectos influyentes en la publicidad 75

Gráfico 20. Identificación de características estéticas 78
Gráfico 21. Capacidad de distinguir las sensaciones que transmite la publicidad 79
Gráfico 22. Influencia de la publicidad en otras personas 80
Gráfico 23. Registra o no un mensaje emotivo y/o un mensaje que recurre a los argumentos 81
Gráfico 24. Edad de los docentes 92
Gráfico 25. Años de docencia 93
Gráfico 26. Nivel en el que los docentes imparten clase 94
Gráfico 27. Grado de formación audiovisual y digital 95
Gráfico 28. Conocimiento de uso y funciones de una tablet 97
Gráfico 29. Posee un Smartphone 99
Gráfico 30. Recursos educativos que utiliza con los alumnos 101
Gráfico 31. Uso de diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo 107
Gráfico 32. Conocimiento de códigos deontológicos en agencias de publicidad 109
Gráfico 33. Conocimiento de organismo al que acudir cuando percibe algo insultante, injurioso o delictivo en los medios de comunicación. 110
Gráfico 34. Conocimiento de derechos de uso de datos personales y fotos por las redes sociales 114
Gráfico 35. Autonomía personal y transformación social 117
Gráfico 36. Reconocimiento de difusión de contenidos con estereotipos en los medios 121
Gráfico 37. Experiencia e identificación emocional a través de los contenidos mediáticos 122
Gráfico 38. Forma de expresarse en los medios 122
Gráfico 39. Capacidad para distinguir tendencias estéticas o artísticas de productos cinematográficos. 123
Gráfico 40. Conocimiento de que Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias. 125
Gráfico 41. Confiabilidad al introducir datos personales en alguna web 127
Gráfico 42. Le gustaría recibir formación sobre competencia mediática 127
Gráfico 43. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio 128

Ilustraciones

Ilustración 1. Elementos de la alfabetización mediática e informacional 28
Ilustración 2. Sistematización de dimensiones 32
Ilustración 3. Imagen A 76
Ilustración 4. Imagen B 76
Ilustración 5. Usos de un *Smartphone* 100

Tablas

Tabla 1. Edad y género de los estudiantes 43
Tabla 2. Búsqueda en Internet 51
Tabla 3. Conocimiento del manejo de nuevas herramientas tecnológicas 54
Tabla 4. Cantidad de redes sociales utilizadas 56
Tabla 5. Participación en temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías 58
Tabla 6. Formas de participación en temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías 59
Tabla 7. Definiciones básicas de herramientas tecnológicas 60
Tabla 8. Comprensión de la información multimodal transmitida por los medios 61
Tabla 9. Conocimiento del papel de los profesionales de la producción mediática 63
Tabla 10. Denuncia o quejas sobre contenido en la web y/o medio de comunicación 64
Tabla 11. Uso de herramientas de edición 69
Tabla 12. Historia visualmente bien contada 71
Tabla 13. Pasos para realizar un vídeo 72
Tabla 14. Uso de Creative Commons en trabajos académicos 73
Tabla 15. Razones de la influencia de la publicidad 80
Tabla 16. Acciones formales realizadas contra la publicidad inconveniente 83
Tabla 17. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio 84
Tabla 18. Resultados generales de las dimensiones por edad 84
Tabla 19. Resultados generales de las dimensiones por género 85
Tabla 20. Edad y género de los docentes 92
Tabla 21. Años de docencia 93
Tabla 22. Nivel en el que los docentes imparten clase 94

Tabla 23. Grado de formación audiovisual y digital 95
Tabla 24. Recursos tecnológicos con los que cuenta en su institución educativa 97
Tabla 25. Conocimiento sobre navegadores de Internet 98
Tabla 26. Conocimiento de las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa 102
Tabla 27. Conocimiento del programa Movie Maker 103
Tabla 28. Capacidad de transformar imágenes 104
Tabla 29. Distinción de los diferentes códigos y registros utilizados por el emisor 105
Tabla 30. Capacidad de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, destinatario o la finalidad del mensaje 106
Tabla 31. Conocimiento de Consejo Audiovisual de ámbito estatal 108
Tabla 32. Conocimiento sobre legislación para proteger a la infancia de contenidos mediáticos 111
Tabla 33. Conocimiento sobre privacidad en redes sociales 112
Tabla 34. Conocimiento de la herramienta Creative Commons 113
Tabla 35. Participación en proyectos sobre competencias mediáticas 115
Tabla 36. Distinción de tendencias sociopolíticas en medios de comunicación 116
Tabla 37. Conocimiento de la herramienta Webquest 118
Tabla 38. Uso de medios y tecnologías comunicativas 119
Tabla 39. Elementos que consideran para valorar fiabilidad de información digital 120
Tabla 40. Capacidad para distinguir tendencias estéticas o artísticas de productos cinematográficos 124
Tabla 40.1 Relación a través de medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo 126
Tabla 41. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio 128
Tabla 42. Resultados generales de las dimensiones por edad de los docentes 129
Tabla 43. Resultados generales de las dimensiones por género 129
Tabla 44. Resultados generales de la dimensión lenguaje por tipo de colegio 169
Tabla 45. Resultados generales de la dimensión lenguaje por edad 170
Tabla 46. Resultados generales de la dimensión lenguaje por género 170
Tabla 47. Resultados generales de la dimensión tecnología por tipo de colegio 171
Tabla 48. Resultados generales de la dimensión tecnología por edad 172

Tabla 49. Resultados generales de la dimensión tecnología por género 172
Tabla 50. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por tipo de colegio 173
Tabla 51. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por edad 174
Tabla 52. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por género 175
Tabla 53. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por tipo de colegio 176
Tabla 54. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por edad 176
Tabla 55. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género 176
Tabla 56. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por tipo de colegio 177
Tabla 57. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por edad 178
Tabla 58. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género 179
Tabla 59. Resultados generales de la dimensión estética por tipo de colegio 179
Tabla 60. Resultados generales de la dimensión estética por edad 180
Tabla 61. Resultados generales de la dimensión estética por género 180
Tabla 62. Resultados generales de la dimensión lenguaje por tipo de colegio 181
Tabla 63. Resultados generales de la dimensión lenguaje por edad 181
Tabla 64. Resultados generales de la dimensión lenguaje por género 182
Tabla 65. Resultados generales de la dimensión tecnología por tipo de colegio 182
Tabla 66. Resultados generales de la dimensión tecnología por edad 183
Tabla 67. Resultados generales de la dimensión tecnología por género 184
Tabla 68. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por tipo de colegio 185
Tabla 69. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por edad 185
Tabla 70. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por género 186
Tabla 71. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por tipo de colegio 186

Tabla 72. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por edad 187
Tabla 73. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género 188
Tabla 74. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por tipo de colegio 189
Tabla 75. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por edad 189
Tabla 76. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género 190
Tabla 77. Resultados generales de la dimensión estética por tipo de colegio 190
Tabla 78. Resultados generales de la dimensión estética por edad 191
Tabla 79. Resultados generales de la dimensión estética por género 191

Agradecimiento

Queremos agradecer de la manera más sincera a las siguientes personas que han hecho posible la investigación que se presenta en este informe. Agradecemos de manera especial a Diana Rivera, docente en la Universidad Técnica Particular de Loja, por invitarnos a ser parte del grupo de investigación en el proyecto "Competencia mediática en jóvenes de instituciones educativas públicas y privadas del Ecuador".

Por otra parte, agradecemos a todo el grupo de investigadores de diversos países que siguen esta línea. En primer lugar, a los miembros de las universidades ecuatorianas: Central, Universidad de Especialidades Espíritu Santo y Técnica Particular de Loja. En segundo lugar, a la Universidad de Santiago de Cali en Colombia, y a las universidades de Cantabria, Córdova, Valencia y Huelva, en España.

A su vez, destacamos la labor de José Ignacio Aguaded de la Universidad de Huelva, presidente fundador del Grupo Comunicar y director de la revista de comunicación y educación que lleva el mismo nombre, director del Grupo de Investigación «Ágora», desarrollador de distintos proyectos de investiga- cien (I+D del Ministerio de Ciencia y Tecnología), «*Interreg III*» y «*E-learning*» etc., a él gracias por confiar en nosotros y asesorarnos en cada paso, a Joan Ferrés de la Universidad ***Pompeu Fabra*** de Barcelona por su apoyo metodológico en el proyecto, agradecemos además, a las doctoras Rosa García de la Universidad de Cantabria y Yamile Sandoval de la Universidad Santiago de Cali por sus valiosos aportes en la revisión de este documento.

Además, no podemos dejar de galardonar a la Universidad del Azuay, nuestro lugar de trabajo y centro de investigación, gracias al Sr. Rector. Dr. Francisco Salgado, a la Dra. Martha Cobos, Vicerrectora Académica; al máster Jacinto Guillén, Vicerrector de Investigaciones.

Asimismo, un reconocimiento especial al equipo editorial de la UDA, representado por: Narcisa Ullauri y Oswaldo Encalada, y a Jhonn Alarcón, por el diseño gráfico.

Finalmente, gracias a nuestro equipo de estudiantes quienes con sus trabajos de graduación o pasantías nos han ayudado a recabar o tabular información: Viviana Cruz y Ana Quezada. Y sobre todo, agradecemos a los establecimientos educativos que nos han abierto sus puertas para poder aplicar encuestas y grupos focales, a los distritos sur y norte de educación por su autorización y apoyo logístico; y a cada uno de los docentes, estudiantes y padres de familia por cedernos parte de su tiempo para tan meritorio fin.

Prólogo

Dr. Ignacio Aguaded
Universidad de Huelva / Grupo Comunicar (España)

Dra. Rosa García-Ruiz
Universidad de Cantabria (España)

La comunicación audiovisual está adquiriendo una relevancia clave en el contexto de la sociedad digital; las tecnologías de la comunicación están presentes en todos nuestros ámbitos cotidianos y el progresivo consumo de medios de comunicación de todo tipo es imparable, sobre todo con la presencia abrumadora de teléfonos inteligentes que copan todos los espacios del hábitat diario, videojuegos, televisores, computadoras... estando tan presentes en nuestra vida que las horas frente a las pantallas son ya gran parte de nuestro tiempo de ocio.

Ante esta presencia masiva de los medios, los ciudadanos hemos tenido poca formación en el desarrollo de estos nuevos lenguajes audiovisuales y mediáticos. Ni en las escuelas, ni en entornos informales, ni en la televisión, ni en los medios de comunicación... se ha fomentado el desarrollo de una competencia audiovisual que fomente una ciudadanía crítica y «competente» audiovisualmente. El semiólogo recientemente fallecido, Umberto Eco, afirmaba en la década de los setenta que «la civilización democrática se salvará únicamente si hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica, y no una invitación a la hipnosis». Casi cuatro décadas después, dominar las capacidades para codificar y decodificar los mensajes audiovisuales debería ser una alfabetización tan básica y fundamental como la lecto-escritura tradicional, porque el lenguaje de la imagen, necesariamente debería ser una competencia ciudadana que nos permitiera apropiarnos creativamente de los mensajes, evitando sus potenciales manipulaciones.

Las tecnologías se han incrementado significativamente en la difusión de imágenes, y sobre todo en su potencialidad seductora. Sin embargo, no se observa una mayor formación en las personas para hacer que la imagen pase de ser una provocación hipnotizante a un recurso de aprendizaje y desarrollo ciudadano que fomente la reflexión crítica en la ciudadanía. Se

parte de la absurda premisa que el consumo de medios garantiza de por si su aprendizaje para el visionado cuando los estudios parecen indicar la línea contraria, esto es que un consumo masivo de medios conlleva una menor toma de distancia de los mismos, un mayor desdibujamiento entre realidad/ficción y menor habilidad de comprensión integral de los mensajes.

Convertir la imagen en oportunidad para la reflexión crítica conlleva justamente la necesidad de tomar distancia frente a la magia de la imagen, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de sus historias... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella. Y todo esto no es posible sin conocer en contextos reales el grado de competencia audiovisual de la ciudadanía y sus posibilidades sociales para una óptima formación. Preocupan de manera especial las nuevas generaciones: los niños y adolescentes. Tal como afirmaba Prensky en 2001, cuando acuñó su feliz término de «nativos digitales» y ratifica en su informe «***How Teens Use Media. A Nielsen Report on the Myths and Realities of teen media trends***» (2009), «los jóvenes manejan los medios digitales en ausencia o con un bajo conocimiento del poder audiovisual».

Como señalábamos en el editorial de "Comunicar, 39" (http://goo.gl/ul-13mi), los niños y adolescentes de hoy, en todos los rincones del mundo, están transitando el camino digital pero no por ello, con pleno conocimiento del medio. La competencia audiovisual, en general, es un ámbito de estudio aun poco explorado. Son escasos los trabajos que analizan hasta qué grado conocemos y comprendemos todos los elementos que se derivan de un medio audiovisual, especialmente en poblaciones más vulnerables como la infancia y adolescencia. Junto a la vertiginosa dinámica de cambios a la que estamos sometidos, las herramientas de comunicación de que disponen niños y adolescentes son hoy más complejas y cuentan con nuevos soportes que se actualizan a una enorme velocidad. Por ello, para crear programas educativos que beneficien la comprensión lectora y la realización de contenidos audiovisuales es indispensable, en primer lugar, conocer su grado de competencia actual, diagnosticando científicamente el estado real de la cuestión.

Desde 2007, en España un amplio grupo de investigadores, liderados por Ferrés, García-Matilla y Aguaded, han trabajado ampliamente en delimitar, definir y conceptualizar los niveles de competencia mediática de la ciuda-

danía: Partiendo de una primera investigación financiada por el Consell de l´Audiovisual de Catalunya, con el apoyo del Grupo Comunicar y otras instituciones del Estado (http://goo.gl/6Sc0Yn) y posteriormente con un Proyecto I+D+i (www.competenciamediatica.es), avalado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Perfilar una conceptualización integral del término de «competencia audiovisual» en el entorno digital y proyectarlo en diferentes ámbitos de intervención (sistema educativo, medios de comunicación, universidades...), ha sido el objetivo de este macroproyecto que gracias a la creación de la Red Iberoamericana de Investigación en Competencias Mediáticas, «Alfamed» (www.redalfamed.org), se ha extendido por toda Latinoamérica y parte de Europa.

Este texto que prologamos «Nuestra relación con los medios. Primeros resultados» de Cecilia Ugalde-Sánchez y Catalina González-Cabrera, en línea con estos estudios internacionales, se adentra por primera vez en describir las dimensiones de la competencia mediática de los jóvenes de 14-17 años de Cuenca para contribuir a la mejora de su alfabetización mediática, determinando el uso y apropiación que hacen de las TIC tanto ellos como sus profesores.

En el proceso metodológico se recogieron las opiniones de estudiantes, profesores y padres de familia, utilizando como herramienta principal un cuestionario digital online, en función de las dimensiones e indicadores de la competencia mediática (Ferrés y Piscitelli). Se aplicaron 707 encuestas a estudiantes y 355 encuestas a profesores de colegios privados, fiscomisionales y públicos. Como complemento a las encuestas se empleó el grupo focal, con cinco grupos formados por padres de familia de colegios públicos y tres grupos compuestos por padres de familia de colegios privados. Además se aplicaron entrevistas semiestructuradas a diez padres de familia de colegios fiscomisionales del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Los resultados en el alumnado son sumamente interesante porque nos encontramos ante el primer gran estudio sobre las competencias mediáticas de la ciudadanía en Ecuador.

En la dimensión Lenguaje, los resultados demuestran una competencia media ya que los estudiantes no siempre comprenden cabalmente la información transmitida por diferentes códigos y lenguajes que componen los mensajes de los medios; lo que evidencia, según las autoras, una bre-

cha entre sus conocimientos teóricos versus la aplicación práctica. En la dimensión Tecnología observamos que la mayoría de los alumnos no utilizan Internet para producir o generar contenido, sin permitir una comunicación multimodal y multimedia. El alto uso de las redes sociales podría ser una oportunidad para generar herramientas y competencias en los estudiantes. En cambio, la dimensión Recepción e interacción es un ámbito de escasa competencia. Tal como argumentan las autoras, preocupa la aparente indiferencia de los jóvenes frente a temas sociales y políticos «en los que podrían tener una actitud más activa con todas las facilidades que las nuevas herramientas tecnológicas ponen a su alcance». También obtiene una valoración muy baja la dimensión Producción y difusión. Los estudiantes más jóvenes presentan mayor dificultad en esta categoría. En la dimensión Ideología y valores son bajos también los resultados sobre el uso de recursos tecnológicos para el compromiso ciudadano. Finalmente, la dimensión Estética es la mejor evaluada, aunque sus resultados se limitan únicamente a tres preguntas.

En cuanto a los resultados de los profesores, se puede observar una competencia media en la dimensión Lenguaje. Son los más jóvenes los que más fácilmente adaptan las nuevas tecnologías dentro y fuera del aula y demuestran mayor interés en el uso y aprendizaje de sus distintos lenguajes. En la dimensión Tecnología los profesores jóvenes de los colegios privados obtienen mejores resultados. En la dimensión Recepción e interacción, las autoras concluyen que existen bajos niveles para llevar a cabo trabajos colaborativos a través de los recursos tecnológicos, la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales. La dimensión Producción y difusión es en la que se obtienen resultados más bajos entre los docentes encuestados. La mayoría de docentes conoce escasamente la existencia de un sistema de regulación audiovisual en el ámbito estatal, lo que abre un amplio espacio de información y capacitación. En cuanto a la dimensión Ideología y valores, los docentes identifican medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación; la mitad de los encuestados utilizan las tecnologías para diversión más que para la transmisión de valores. En la dimensión Estética, su nivel de competencia es el más alto, si bien hay docentes que no reconocen ni se interesan por el aspecto estético de los contenidos mediáticos.

Por último, las conclusiones obtenidas de los grupos focales de las familias llevan a las autoras a afirmar que los padres y madres son conscientes de

los efectos negativos que puede ocasionar el mal uso de las TIC. Sin embargo, al tener menor acceso que sus hijos, difícilmente pueden ayudarles en su proceso de aprendizaje de competencias mediáticas avanzadas.

En suma, nos encontramos ante un interesante texto de investigación en ciencias sociales, tan necesario en el panorama ecuatoriano en estos momentos, que después de una notable apuesta gubernamental y social por la educación y la Universidad, ha de necesariamente despegar en el concierto internacional con estudios serios, rigurosos y que aporten transferencia social... Sin duda, el trabajo de las profesoras Cecilia Ugalde-Sánchez y Catalina González-Cabrera va en esta óptima dirección.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS
Casa Editora

Introducción

Capítulo

1

Casa Editora
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS

1.1. Justificación de la investigación

La alfabetización mediática en el Ecuador es un terreno poco explorado, en estos dos últimos años (2014-2015) es cuando los resultados de investigaciones en el área comienzan a divulgarse. Por una parte el grupo de investigadores de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) ha finalizado el análisis del grado de competencias mediáticas en Loja y Zamora (sur del Ecuador), cuenta ya con publicaciones nacionales e internacionales al respecto. Colegas de Guayaquil y Quito también se encuentran investigando en sus zonas, han participado en Congresos con parte de los resultados; y en la ciudad de Cuenca, La Universidad del Azuay y la de Cuenca, son las encargadas de continuar esta línea de investigación.

El proyecto nacional "Competencias mediáticas en jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones educativas públicas y privadas de Ecuador" nació en el año 2012, cobijado por el proyecto español I+D "La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales: los profesionales de la comunicación, la universidad y la educación obligatoria". Bajo la dirección y el constante apoyo del Dr. José Ignacio Aguaded, Universidad de Huelva (UHU), del Dr. Joan Ferrés I Prats, Universidad Pompeu Fabra (UPF) y Agustín García Matilla de la Universidad de Valladolid (UVa).

En el Ecuador se han dado los primeros pasos para identificar el grado de competencia mediática, se pretende continuar y avanzar en el proyecto para abarcar otros ámbitos de la sociedad. Las autoras forman parte de AlfaMed[1], Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía, que reúne a más de 50 investigadores de 13 países europeos y latinoamericanos. La presente publicación es solo el inicio de lo que se espera investigar dentro de un amplio campo de estudio. Se espera difundir los resultados y sentar las bases de un planteamiento completo para conceder a la alfabetización mediática un papel importante en la educación de los ecuatorianos.

Es substancial que el ciudadano sea un ser activo, partícipe y crítico de lo que ve, de lo que escucha, y de cómo se le presenta la información, y a su vez que tenga las competencias necesarias para ser un productor de contenidos por múltiples canales y modos, no sólo utilizar las nuevas tecnologías por no quedarse atrás o porque le obliguen, utilizarlas para desarrollarse personalmente, de manera profesional, como asesor y acompañante de sus hijos en las labores académicas y en las nuevas relaciones que los "social media" traen consigo. La alfabetización mediática brinda las herramientas necesarias para que el

1. Ver más sobre la red en www.redalfamed.org

ciudadano sea una persona más culta, capacitada, competente, haga valer sus derechos y sepa cómo actuar en caso de que vea que sean vulnerados, en otras palabras hacer del ecuatoriano un miembro dinámico de la sociedad del conocimiento.

1.2. La competencia mediática ¿de dónde nace y a dónde va?

Para comprender a la competencia mediática, es preciso tener claro qué son las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como en qué consiste la alfabetización mediática e informacional (AMI), y cuáles son las aplicaciones del concepto "competencia"; para finalmente analizar las dimensiones que definen a la competencia mediática.

1.2.1. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Desde hace varios años inició el interés por el estudio del impacto que las TIC tenían en la educación, lo que ha evolucionado progresivamente en paralelo a la creciente incorporación de estas tecnologías en todos los niveles de enseñanza. Las TIC constituyen un medio de representación y comunicación novedoso, aunque utilizan fundamentalmente sistemas semióticos que ya existían, como el lenguaje oral y el escrito, las representación gráficas, la imagen audiovisual, entre otros medios (Coll, Mauri & Onrubia, 2008), por tales y más razones ya se les consideraban a las TIC como herramientas cognitivas o ***mindtools*** (Jonassen & Carr, 2000) instrumentos para que representemos conocimientos y reflexiones.

Por otra parte, Martín-Barbero (1987, p. 254-255) en cuanto a los usos y aplicaciones de las TIC, reflexionaba sobre la contemporaneidad entre el tiempo de producción de las modernas tecnologías de comunicación en los países ricos y el tiempo de su consumo en los países pobres, al indicar que por primera vez nos llegaba todo de primera mano, sin embargo la tachaba de "contemporaneidad tramposa" porque encubría y tapaba la "no contemporaneidad" entre objetos y prácticas, entre tecnologías y usos. El autor sostenía que la clave estaba en "tomar el original importado como energía, como potencial a desarrollar a partir de los requerimientos de la propia cultura" en otras palabras, hacer a las nuevas TIC nuestras.

Pero no basta con tener y poder usar las TIC para nuestra educación y para participar como uno más en la nueva sociedad del conocimiento, se necesita educar a cada generación, no sólo en el saber, también en comprender, hacer, cooperar y ser:

> La educación debe estructurarse en torno a cuatro aprendizajes fundamentales, que en el transcurso de la vida serán para cada persona, en cierto sentido, los pilares del conocimiento: aprender a conocer, es decir adquirir los instrumentos

> de la comprensión; aprender a hacer, para poder influir sobre el propio entorno; aprender a vivir juntos, para participar y cooperar con los demás, en todas las actividades humanas; por último, aprender a ser, un proceso fundamental que recoge elementos de los tres anteriores (Delors et al., 1996, p. 95-96).

Savater (1997, p. 33) menciona la ardua tarea de la enseñanza, que debe despertar mayor escepticismo, un acercamiento más crítico e intelectual; la considera una tarea no solo de socialización familiar, sino en competencia con la socialización televisiva, hipnótica y acrítica, la que reciben los niños y más jóvenes, el autor señala que la enseñanza ilustrada debe ser vista como un "método antidogmático de llegar al máximo de conocimiento con el mínimo de prejuicios".

En nuestra sociedad los medios de comunicación masivos forman opiniones, valores y actitudes, los educadores expresan su preocupación por la influencia que ejercen en los niños y jóvenes, ya lo decía Prieto Castillo (2006, p.1) en cuanto a la intrusión de la televisión en la vida de los niños:

Les invadió los sueños, les robó horas de juego en las veredas y en las plazas, les enseñó a consumir comida chatarra, los acostumbró a mirar la violencia como algo natural y hasta divertido, les presentó las guerras verdaderas como parte del espectáculo, les cambió la historia del país por biografías de superhéroes o de figuras de la farándula, los acostumbró a observar más la pantalla que su propia vida.

Son los propios educandos los que deben practicar y descubrir cómo manipulan los medios, para generar en sus estudiantes una mira crítica y desmitificada (Kaplún, 1998). Es así como en Latinoamérica, se afianza la noción de "la educación en medios" como una tarea vital para vivir en un mundo globalizado y mediatizado, Kaplún (2002, p.157) habla del papel importante del "educomunicador" como un ser crítico con él mismo y con sus mensajes para así poder formar conciencia crítica, y si el comunicador se adecúa a ser "educador", la educación por su parte debe incluir a los medios en su saber hacer, y en volcar su ser para una educación crítica, activa y plural ante los medios.

1.2.2. Alfabetización mediática e informacional (AMI)

El objetivo "educar en medios" está dentro de las estrategias y políticas a nivel global, a pesar de que a muchas poblaciones no le llegue la información debido a la desigualdad, entre otras causas, éste es un derecho pregonado. La sección de "***Media Literacy***" de la Alianza de las Civilización de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha incluido durante varios años, un portal web con recursos y materiales abiertos para todo el mun-

do, www.aocmedialiteracy.org (Aguaded, 2012 p. 7). La Comisión Europea dispuso como prioridad incluir a la alfabetización mediática en sus recomendaciones (2007; 2009). Varios organismos internacionales conjuntamente con consultores expertos académicos, elaboraron el "*New Curriculum for Teachers on Media and Information Literacy*" publicado por la Unesco en el año 2011, considerado como un importante recurso para lograr los objetivos de la Declaración Grünwald (1982), el Desafío de Oslo (1999), la Declaración de Alejandría (2005) y la Agenda de París de la UNESCO (2007). En mayo del 2014, la UNESCO y la Comisión Europea celebraron en París, el Foro ***European Media and Information Literacy*** para promover políticas de inclusión de la Alfabetización Mediática, tanto en Europa como globalmente, y en el mismo año en México se celebró el Foro Latinoamericano y del Caribe de AMI, con la finalidad de adaptarla en la educación formal e informal, sobre todo en los grupos desfavorecidos (Cortés, Marín y Guzmán, 2015 p. 2-3).

Las autoras de esta investigación, recomiendan revisar la propuesta de la UNESCO, "*New Curriculum for Teachers on Media and Information Literacy*" si se quiere adentrar en esta línea de investigación, aquí yace una importante diferenciación y aclaración que hace el grupo internacional de expertos de las relaciones y diferencias de la terminología diversa cuando se trata de AMI (véase p. 19), la necesidad de convergencia terminológica (Pérez y Delgado, 2012 p. 25) así como la falta de recursos y actividades para desarrollar capacidades encuentran una guía clara en este documento, donde se unifican nociones de AMI para trabajar las dos partes de la propuesta: El Curriculum AMI y el Marco de Competencias, bajo la directriz de que "la alfabetización informacional enfatiza la importancia del acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información (...) la alfabetización mediática enfatiza la habilidad para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la auto-expresión" (UNESCO, 2011, p. 18).

Ilustración 1. Elementos de la alfabetización mediática e informacional

Alfabetización Informacional						
Definir y articular necesidades de información	**Localizar y evaluar información**	**Evaluar la información**	**Organizar información**	**Uso ético de la información**	**Comunicar Información**	**Uso del conocimiento de las TICs para procesar información**

Alfabetización Mediática[2]				
Entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas	**Entender las condiciones bajo las cuales los medios pueden cumplir sus funciones**	**Evaluar de una manera crítica el contenido de los medios a la luz de las funciones de los medios**	**Comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática**	**Revisar destrezas (incluyendo TICs) necesarias para producir contenido generado por los usuarios**

Fuente: (UNESCO, 2011)

Dornaleteche, Buitrago y Moreno (2015, p.178) son quienes diferencian y aclaran los términos educación, alfabetización, competencia mediática y digital, a través de la apreciación de sus características propias de una manera clara dentro de cada contexto:

> Es por ello que en nuestro caso optamos por entender «educación» como proceso, «alfabetización» como resultado y «competencia» como el conjunto de capacidades que se han de desarrollar para alcanzar ese resultado. A partir de ahí, decidimos agregarle a cada uno de los tres términos la etiqueta de «digital» si nos referimos a todo aquello que afecta únicamente al terreno digital, y «mediática» si nos referimos al campo educomunicativo en todo su amplio espectro.

Lo que propone la UNESCO (2011) coincide con Gutiérrez y Tyner (2012, p.10) cuando señalan que al alfabetizar en medios "se pretende capacitar para la integración curricular de varios textos y contextos tanto en el análisis como en la creación de productos mediáticos" a más de incluir formas de expresión que incluyan a las herramientas digitales, el desarrollo de las competencias propias de la alfabetización se hace cada vez más complejo. Area y Pesoa (2012, p. 13) proponen los dos siguientes ejes o planos básicos a considerar en la alfabetización de un ciudadano en la cultura digital, el primero se refiere a las dimensiones de la alfabetización, y el segundo a las competencias de aprendizaje, los autores ven a las nuevas alfabetizaciones como derechos, defienden que estos dos ejes mencionados deben desarrollarse en el sujeto para su formación integral como ente social y democrático. Cuando se considera a la AMI como un todo que incluye una combinación de competencias: conocimiento, destrezas y actitudes (UNESCO, 2011, p. 21) es necesario que nos adentramos en explicar el uso y la aplicación del término "competencias".

1.2.3. Aplicaciones al concepto "Competencia"

Aguaded (1999. p. 264) luego de una larga y exhaustiva revisión bibliográfica en su obra "Convivir con la televisión" acuñó conceptos previos para interpretar el término "competencia", el autor sostenía que "si el mero contacto con el medio favorece el desarrollo de una competencia o competencias que doten a los televidentes de cualidades específicas para ser activos y competentes en su interacción, o bien estas han de ser desarrolladas de forma específica para ser adquiridas de una forma más o menos autónoma y permanente", para ahondar más citaba a Cloutier[2], cuando afirmaba que los nuevos instrumentos tecnológicos no deben ser concebidos como medios de emisión solamente, sino de expresión, y nombraba a los "self-emedia" como los que sirven tanto para emitir, como para recibir mensajes (p. 272).

2. CLOUTIER, J. (1975). L'ére d'Emerec. Presses de L'Université de Montreal, Canadá.

Casa Editora | UNIVERSIDAD DEL AZUAY 50 AÑOS

Varios autores señalan la relevancia del "rechazo" a la pasividad del receptor desde hace muchas décadas, Benavides (1992, p. 73-74) indicaba que en medida que se es competente en los discursos mediáticos, se es capaz de comprender y expresar los sistemas de mediación, y así hacer una lectura más selectiva y crítica de los mensajes, utilizar los medios e interactuar con ellos, él hablaba ya de la doble dimensión de la competencia comunicativa con sus dos facetas: la analítica y productiva, y que estas deberían conjugarse; más adelante. Orozco (1994, p. 50) afirmaba que "la competencia comunicativa es entonces una condición para involucrar a los distintos sectores de la sociedad (...) una manera de estimular esa insurgencia y emancipación del receptor".

Sobre el concepto de competencia, Chomsky (2004) lo explicaba desde el ámbito de la gramática y la lingüística, como el conocimiento que el hablante o el oyente tiene de su propia lengua, así se le asociaba a la competencia con el conocimiento. En este momento es clave citar nuevamente a Martín-Barbero (2003, p. 23-26) quien enfatizó que no podemos usar el concepto de competencia sin saber que se trabaja con un concepto muy ambiguo, ya que se nombra por una parte a la creatividad social que está en la base de la competencia lingüística y comunicativa y por otra a lo que deriva del concepto de competencia desde el ámbito empresarial, al de la lucha por la rentabilidad. Proponía el autor un concepto de competencia arrancado a la obsesión competitiva de la sociedad de mercado, redefinido desde las competencias culturales del ***hábitus*** de Bourdieu [3], que es la que interesa en el área de la educación, trataba sobre las disposiciones que hay en el sujeto del aprendizaje, en el que se integran sus experiencias y su trayectoria cultural; y de las competencias culturales de la práctica de Michel de Certeau [4], quien tomó como claves en su definición a los saberes que contienen y posibilitan nuevos haceres; comprender todo significó para Martín-Barbero "ayudarnos a transformar nuestros modelos de enseñanza poniéndolos en una densa relación con las competencias de aprendizaje que los nuevos sujetos llevan a la escuela".

Tejada y Navío (2005, p. 2) desde una mirada de la formación definieron a las competencias como "un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados, en el sentido que el individuo ha de saber hacer y saber estar para el ejercicio profesional"; y son Martínez y Echeverría (2009, p.125) quienes las describían como "la realización de la persona que toda ella, aprende a ser" a la función de la educación en toda su plenitud, siendo el resultado que se espera obtener de un ser capaz, cualificado y competente en un proceso de aprendizaje.

3. BOURDIEU, P. (1972): *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Ginebra, Droz.

4. CERTEAU, Michel de (1980): *L'invention du quotidien 2: arts de vivre*, París, U.G.E-10/18.

Frente a las competencias contextualizadas en el área de la educación, se ha difundido el concepto para ser aplicado en todas las áreas en las que el conocimiento esté presente, no se diga en el campo de la "comunicación de masas" ***mass media***. Sin embargo, se ha convertido en un problema para el ciudadano del nuevo milenio ¿cómo lograr el acceso a la información sobre el mundo y cómo lograr la posibilidad de articularla y organizarla? ¿Cómo percibir y concebir el Contexto, lo Global (la relación todo/partes), lo Multidimensional, lo Complejo? (Morín, 2001, p.14).

Gabelas (2006) demostraba la importancia de incluir a la alfabetización audiovisual y multimedia en el contenido del currículum escolar, reconocía que el educar en medios se veía como opción voluntaria de centros y educadores. Años más tarde González, Gozálvez & Ramírez (2014) señalan que la nueva cultura audiovisual o mediática en la que se desenvuelve la infancia y la juventud exige legítimamente una atención y una reorientación educativa adecuada por parte del profesorado.

La revolución tecnológica y el acceso masivo a las tecnologías comunicativas y a Internet ha llevado a una preocupación social constante por mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, en el sentido de dotarlos de la formación, las herramientas y las competencias necesarias para convivir con los medios y mantener una relación positiva con ellos (García, Gozálvez & Aguaded, 2014).

Es así, como el concepto de competencia que nació asociado más al mundo laboral, se le relaciona con el mundo académico, y así se la entiende como "la combinación de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto"; si a la competencia se le asocia con los ***mass media***, o medios de comunicación nuevos y tradicionales, se le llama competencia mediática, por lo tanto, esta "ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural" (Ferrés & Piscitelli, 2012, p.76).

1.2.4. Dimensiones para definir la competencia mediática

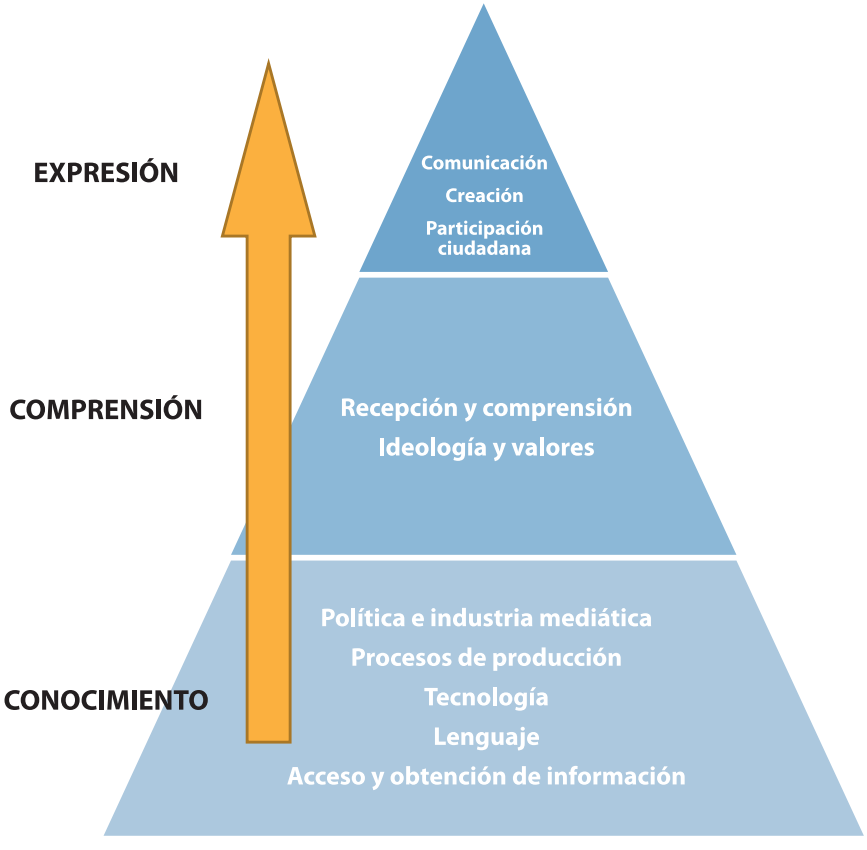
Las dimensiones, consideradas en este caso como aspectos o facetas (RAE, 2016) de la competencia mediática, no nacieron de un solo estudio, son varios los autores que han debatido y han analizado cuáles serían las dimensiones de la competencia mediática desde diversos puntos de vista.

Pérez y Delgado (2012, p. 25-34) analizan seis estudios significativos sobre alfabetización digital y audiovisual, consideran entre otros puntos las dimensiones que plantean los autores, y sistematizan una serie de dimensiones e indicadores para definir la competencia

mediática, con ello plantean un diseño de actividades didácticas. Estudian los trabajos de: Area (2008) "La innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales", Celot y Pérez-Tornero (2009) "*Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an Understanding of how media literacy level in Europe Should Be Assessed*", Churches (2009) "La taxonomía de Bloom para la era digital", Di Croce (2009) "*Media Literacy. Teacher Resource Guide*", Ferres (2007) "La competencia en comunicación audiovisual: propuesta de dimensiones e indicadores" y el de Marqués (2009) "Aportaciones sobre el documento puente: competencia digital".

Las autoras realizan una integración conceptual y terminológica de la alfabetización digital y/o audiovisual en la mediática, sistematizan diez dimensiones distribuidas piramidalmente en tres ámbitos, el del conocimiento, de la comprensión y el de la expresión, a la vez que han definido indicadores involucrados en cada una de ellas, véase gráfico.

Ilustración 2. Sistematización de dimensiones



Fuente: Pérez y Delgado (2012) p. 33

1.2.5. Las dimensiones e indicadores de Ferrés y Piscitelli

Acorde al proyecto que cobija el presente estudio, se considera el trabajo de Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012, p.75-82) "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores", es primordial destacar que la propuesta ha sido realizada por los autores a partir de las aportaciones de 50 reconocidos expertos, españoles y extranjeros, entre ellos el argentino Daniel Prieto Castillo[5], conocido por su dedicación a la comunicación y la educación en el contexto de América Latina, Ignacio Aguaded, Roberto Aparici, entre otros. El trabajo gira en torno a seis grandes dimensiones: lenguajes, tecnología, procesos de recepción e interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética. Y está estructurada en torno a dos ámbitos de trabajo: el de la producción de mensajes propios y el de la interacción con mensajes ajenos.

1.2.5.1. Dimensión del lenguaje

a) Ámbito del análisis

- Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.
- Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.
- Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.
- Capacidad de establecer relaciones entre textos –intertextualidad–, códigos y medios, elaborando conocimientos abiertos, sistematizados e interrelaciona- dos.

b) Ámbito de la expresión

- Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.
- Capacidad de elegir entre distintos sistemas de representación y distintos estilos en función de la situación comunicativa, del tipo de contenido que hay que transmitir y del tipo de interlocutor.
- Capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.

1.2.5.2. Dimensión de la tecnología

a) Ámbito del análisis

- Comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.

5. Véase más de su obra en http://prietocastillo.com

- Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.
- Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.
- Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.

b) Ámbito de la expresión

- Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.
- Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen.
- Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

1.2.5.3. Dimensión de la recepción y de la interacción

a) Ámbito del análisis

- Capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.
- Capacidad de dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individual o colectivamente: qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc.
- Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.
- Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.
- Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción.
- Conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.
- Capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un período de medios transfronterizos.
- Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.

b) Ámbito de la expresión

- Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.

- Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.
- Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.
- Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.

1.2.5.4. Dimensión de la producción y de la difusión

a) Ámbito del análisis

- Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas, y, en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.
- Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.
- Conocimientos básicos sobre los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión.
- Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.

b) Ámbito de la expresión

- Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo.
- Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales.
- Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados.
- Capacidad de compartir y diseminar información, a través de los medios tradicionales y de las redes sociales, incrementando la visibilidad de los mensajes, en interacción con comunidades cada vez más amplias.
- Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de da- tos privados, propios o ajenos.
- Capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «***creative commons***».
- Capacidad de generar redes de colaboración y de retroalimentarlas, y actitud comprometida ante ellas.

1.2.5.5. Dimensión de la ideología y los valores

a) Ámbito del análisis

- Capacidad de descubrir la manera en que las re- presentaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.
- Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.
- Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.
- Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y va- lores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.
- Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visiona- do de entretenimiento.
- Capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.
- Capacidad de analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que ejercen los medios.
- Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrir- nos a otras experiencias.
- Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción con las pantallas, en función de la ideología y de los valores que se transmiten en ellas.

b) Ámbito de la expresión

- Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.
- Capacidad de elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas.
- Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.

1.2.5.6. Dimensión estética

a) Ámbito del análisis

- Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica.

- Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.
- Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas.
- Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.

b) Ámbito de la expresión

- Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad. • Capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.

1.3. Objetivo del estudio

En nuestro país y en toda América Latina los gobiernos y las organizaciones que velan por el cumplimiento de los derechos de los ciudadanos, tales como: La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, La UNESCO, Las Naciones Unidas, La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, La Comunidad Andina, entre otros organismos transnacionales, trabajan día a día por reducir la brecha digital y por mejorar el acceso a las TIC, ya existen proyectos y políticas para alfabetizar digital y mediáticamente a toda la población, sobre todo si se considera que América Latina concentra el 9.5% de la audiencia Global en internet (comScore, 2015).

Ante este desafío es necesario conocer cómo utiliza la ciudadanía los recursos tecnológicos y a su vez determinar el nivel de competencia mediática de la población.

La presente investigación en un inicio pretendía describir el nivel de competencia mediática en jóvenes de 14 a 17 años pertenecientes a instituciones educativas públicas de Cuenca, Zamora, Loja y Quito, con el fin de contribuir a la mejora de la alfabetización mediática, este objetivo se planteó de manera general por los investigadores de las ciudades de Loja, Quito y Cuenca, el que se presentó en la Universidad del Azuay, es más específico, pero cubre como unidades de análisis a los miembros del entorno del estudiante:

Determinar el nivel de competencia mediática de los jóvenes, profesores y padres de familia pertenecientes a instituciones educativas públicas, fiscomisionales y privadas del distrito sur de la Ciudad de Cuenca.

1.4. Proceso metodológico

Al comenzar el plan de investigación se proyectaba medir el grado de competencia mediática de estudiantes y profesores sólo en establecimientos públicos, sobre la marcha se decidió ampliar a fiscomisionales y privados, también cambió el rango de edad de los estudiantes, en un inicio se planteaba hasta 19 años, debido a que la mayoría de los estudiantes del último año de bachillerato tienen 18 años, el rango que se estableció fue de 14 a 18 años.

El estudio del nivel de competencia mediática es una vía de aproximación al mundo de los jóvenes y a las formas en las que ellos se relacionan con otros y con su entorno; para poder plantear mejoras dentro de las disciplinas de la Comunicación Audiovisual y la Alfabetización Mediática e Informacional se consideró importante analizar el nivel de competencia de quienes comparten su día a día, a más de sus amigos y compañeros, estos son profesores y padres de familia, todos ellos conforman su círculo más próximo e influyente que está implicado en su formación. Aguaded y Pérez (2012, p. 24) sobre esto señalaban que "la ciudadanía está experimentando la evolución hacia el digitalismo, pero carece de los conocimientos necesarios para dicha evolución", ante esto se puede considerar que quienes deben impartir estos conocimientos son los docentes, pero no sabemos si están del todo preparados para hacerlo, por ello la premura de conocer qué tan competentes son, y así determinar el cómo se puede mejorar la guía que serían para los estudiantes. Además, quienes también pueden trasmitir conocimientos a los jóvenes son los padres de familia, suelen servir de guía en el aprendizaje de diversas actividades, y por qué no decirlo, en el desarrollo de varias competencias; a pesar de ser llamados "inmigrantes digitales" (Prensky, 2001) suelen ser críticos en cuanto a la relación con los medios, cabe aclarar que la metodología empleada en los padres cambia de enfoque al cualitativo, por la razón de que con ellos no se podía aplicar cuestionarios online, en algunos casos no sabían utilizar un ordenador; por tal razón se decidió aplicar grupos focales y así profundizar más en la descripción de cómo es la brecha digital existente entre ambas generaciones en cuanto a las TIC y a la relación con los medios tradicionales y nuevos.

Con estudiantes y profesores se utilizaron como herramienta principal dos cuestionarios digitales online, uno para cada grupo de estudio (anexos 1 y 2). Se analizó la información acorde a la propuesta articulada de dimensiones y de indicadores para definir la nueva competencia mediática de Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli, propuesta que se profundizó en el capítulo anterior. Por lo tanto las seis dimensiones consideradas en el estudio son: lenguajes, tecnología, procesos de recepción e interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética.

1.4.1. Descripción de la muestra

Estudiantes que tuviesen entre 14 y 18 años; que cursasen el 10º, 1º, 2º y 3º de bachillerato en las instituciones seleccionadas de acuerdo a la muestra obtenida para cada distrito, a más de ellos, sus profesores y sus padres. Más detalles de las unidades de análisis se pueden encontrar en los resultados de la investigación.

Para las instituciones educativas, los criterios fueron: que presenten características similares con relación al uso y apropiación de las TIC y que estén dispuestas a participar en la investigación. Se seleccionaron las instituciones buscando la representatividad de los jóvenes, y que estas estén ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Cuenca y pertenezcan al distrito sur. La Universidad de Cuenca se hizo cargo de recopilar la información de los estudiantes y docentes del distrito norte, la Universidad del Azuay realizó todos los grupos focales con los padres de familia de los distritos norte y sur.

Los colegios en los que se recolectó información a uno o más de los públicos analizados (estudiantes, docentes o padres de familia) son:

Públicos:
Ciudad de Cuenca, Antonio Ávila, Manuela Garaicoa, Benigno Malo, Herlinda Toral y Octavio Cordero Palacios.

Privados:
Santana, Asunción, Sagrados Corazones, Rafael Borja, La Salle, Sudamericano y Alicia Loza Meneces.

Fiscomisionales:
Enriqueta Aymer, Fe y Alegría, Técnico Salesiano y Juan Bautista Esthiele.

1.4.2. Metodología cuantitativa

Dentro de la metodología cuantitativa se aplicaron **707** encuestas a estudiantes y **355** encuestas a profesores de colegios privados, fiscomisionales y públicos.

1.4.3. Metodología cualitativa

El grupo focal fue la herramienta seleccionada para satisfacer las necesidades de informa-

ción bajo el enfoque cualitativo, se realizaron cinco grupos focales a padres de familia de colegios públicos y tres grupos focales a padres de familia de colegios privados. Además se aplicaron entrevistas semiestructuradas a diez padres de familia de colegios fiscomisionales del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS
Casa Editora

Informe de resultados de la competencia mediática de los estudiantes

Capítulo

2

Casa Editora
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS

Para la lectura de los resultados es importante conocer cómo estuvo conformada la muestra de estudio, en cuanto a edad, género y tipo de establecimiento, a más del estado de formación en comunicación audiovisual de los estudiantes; con esta información se puede continuar con los resultados del cuestionario, se presenta en orden cada pregunta, qué indicadores consideraban, y a qué dimensión o dimensiones pertenecían.

En el cuestionario estas preguntas correspondían de la 1 a la 5.1 (ver anexo 1).

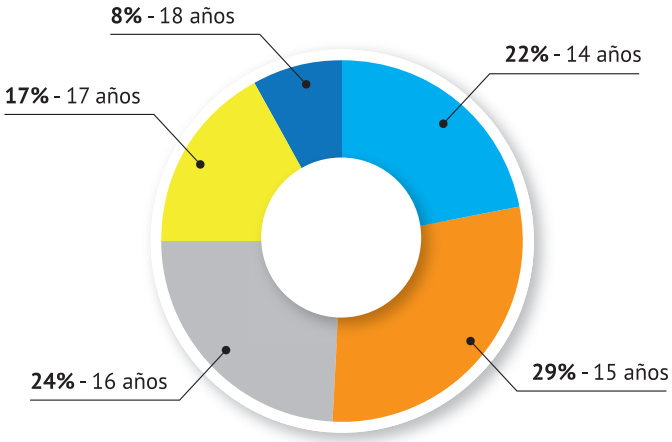
2.1. Datos demográficos y de pertinencia

Tabla 1. Edad y género de los estudiantes

Edad	Género		Total
	Masculino	Femenino	
14	64 41,3%	91 58,7%	155 100,0%
15	86 42,2%	118 57,8%	204 100,0%
16	74 43,8%	95 56,2%	169 100,0%
17	53 44,9%	65 55,1%	118 100,0%
18	36 59,0%	25 41,0%	61 100,0%
Total	313 44,3%	394 55,7%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

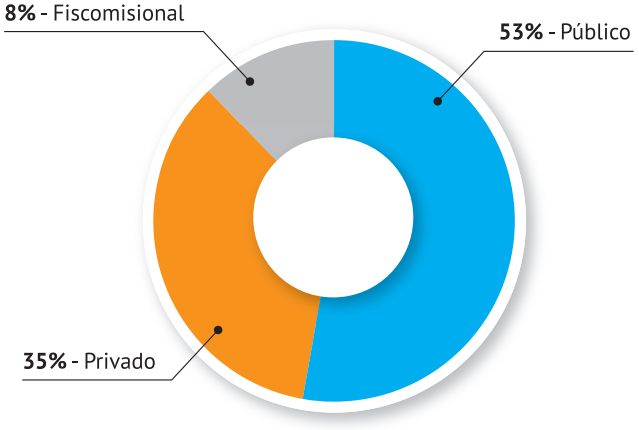
Gráfico 1. Edad de los estudiantes encuestados



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Los 707 encuestados cursaban entre décimo y tercer año de bachillerato, con edades entre los 14 y 18 años. En la tabla se puede observar que existía mayor presencia femenina (55,7%), lo que refleja la realidad del universo, si bien no en una proporción exacta.

Gráfico 2. Tipo de centro educativo

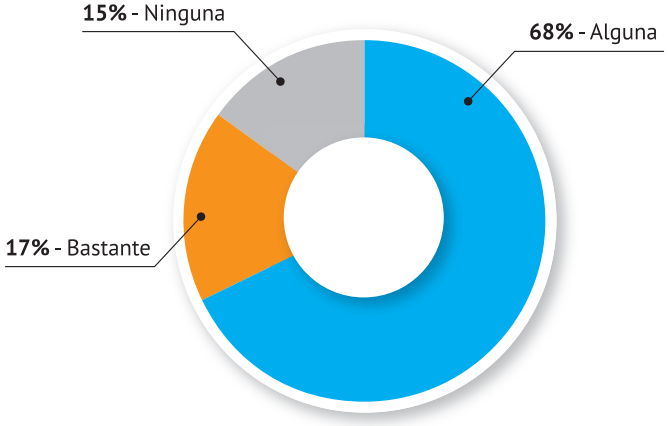


Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

La distribución de los estudiantes de acuerdo al tipo de centro educativo al que pertenecían era proporcional con el universo de estudiantes del distrito sur de la ciudad de Cuenca. Por esta razón se esperaron respuestas que reflejasen de mejor manera la realidad del segmento de estudio, por lo que no llamó la atención el predominio de estudiantes de colegios públicos (52,9%) debido a que en general es mayor el número de estudiantes que estudian en colegios fiscales o públicos.

2.2. Nivel de formación recibida en comunicación audiovisual y digital por los estudiantes de los colegios públicos, privados y fiscomisionales del distrito sur la ciudad de Cuenca

Gráfico 3. Grado de formación audiovisual y digital



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

El 68% de los estudiantes encuestados consideró haber recibido "alguna" formación en comunicación audiovisual y digital, y entre aquellos que consideraron haber recibido "bastante" formación en el área, destacan los estudiantes de colegios fiscomisionales y privados frente a los estudiantes de colegios públicos.

Al consultar sobre la forma de adquirir dicha formación en comunicación audiovisual y digital, 233 de 707 estudiantes manifestaron ser autodidactas, seguidos por los que aprendieron con ayuda de compañeros y amigos (151 de 707). El 20,7% de los estudiantes de colegios fiscomisionales afirmó no haber adquirido formación en el área, y cerca del 20% de los estudiantes de colegios privados manifestó que su formación proviene de asignaturas en el curso actual, mientras que el porcentaje de estudiantes de los otros colegios (públicos y fiscomisionales) quienes señalaron que su formación proviene de asignaturas en el curso actual, no llega al 7%.

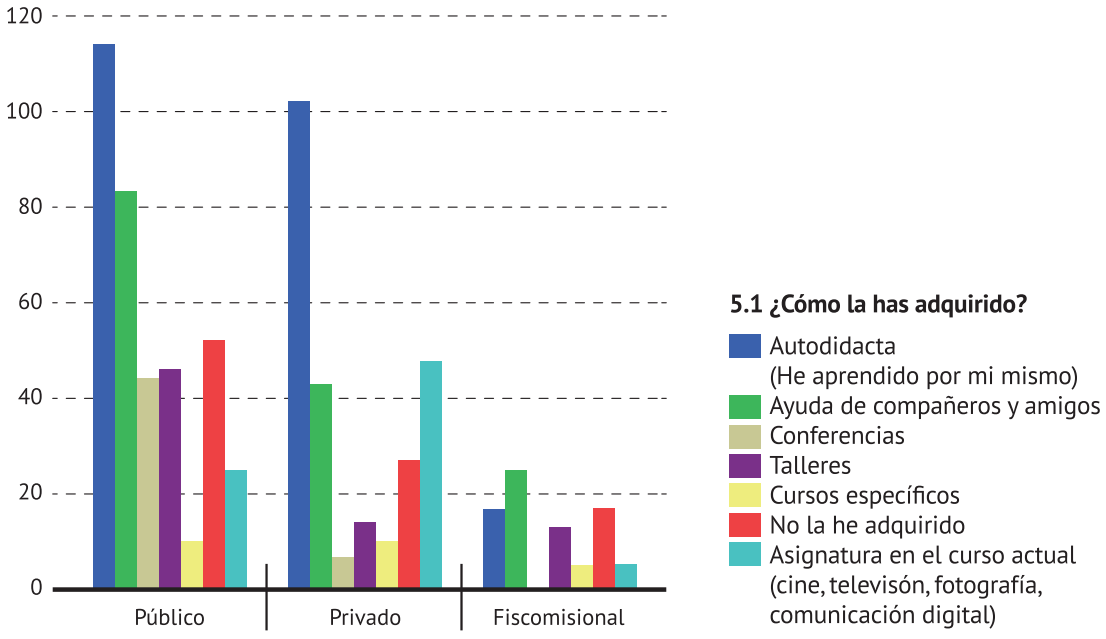
El gobierno ecuatoriano dentro del Plan Estratégico Nacional del Buen Vivir 2013-2017, se plantea "Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía", en sus lineamientos estratégicos está mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y la formación integral de personas creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Senplades, 2013).

Actualmente la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 347, numeral 8 indica como responsabilidad del Estado, y tal como lo manda la Ley Orgánica de Educación Intercultural, LOEI, "Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con la actividades productivas o sociales" (LOEI, 2011, p. 7). La LOEI además enfatiza dentro de sus principios generales al interaprendizaje y multiaprendizaje como instrumentos para potenciar las capacidades humanas por medio del acceso a la información y sus tecnologías, la comunicación y el conocimiento, entre otras, para alcanzar niveles de desarrollo personales y colectivo, (Capítulo Único, del ámbito, principios y fines, literal h, p. 8), además recalca como obligación del Estado: "Garantizar la alfabetización digital y el uso de la tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo, y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas y sociales" (Capítulo Segundo, Art. 6. Literal j, p. 11).

El gobierno trabaja día a día para incluir en el plan curricular educativo del país contenidos y actividades que ayuden a formar a los niños y jóvenes en comunicación digital, audiovisual, mediática, para adquirir un mayor grado de competencia en estas áreas tanto en su vida académica como dentro de la sociedad, y así lograr entrelazar la enseñanza dentro de las actividades productivas y sociales[6]. La LOEI proyectaba en el plazo de tres años (desde el 2011) a partir de su promulgación, que "los Ministerios de Educación, Telecomunicaciones y de Ciencia y Tecnología, garantizarán la cobertura en conectividad a todos los establecimientos de educación pública del país" (Décima quinta Disposición Transitoria, p. 43), a fecha de cierre de la investigación, esto aún no se ha concretado, cabe indicar que tampoco se cuenta con información oficial actualizada al respecto, pero al acudir a distintos establecimientos públicos para aplicar la encuesta online, el funcionamiento de internet era deficiente y no cubrían las necesidades del plantel.

6. Los currículos educativos se pueden analizar en http://educacion.gob.ec/documentos-pedagogicos y en la oferta educativa del mismo portal del Ministerio.

Gráfico 4. Forma de adquirir formación en comunicación audiovisual y digital



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

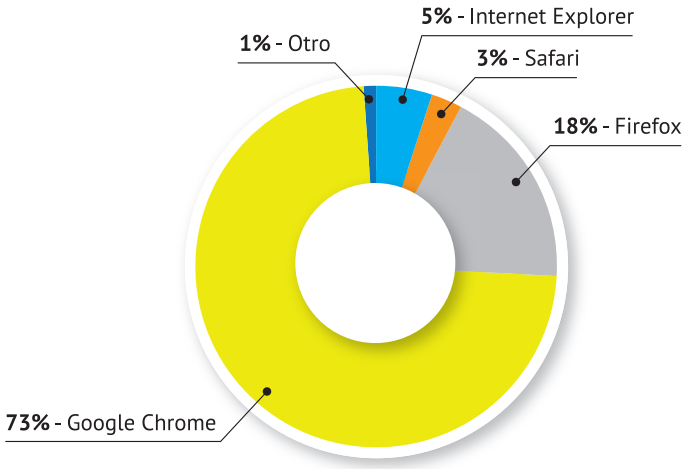
Según resultados, apenas el 13,6% de los estudiantes encuestados manifestó no haber recibido formación en comunicación audiovisual y digital, la mayoría poseía alguna formación aunque esta fuese de manera autodidacta. Todos ellos fueron nuestras unidades de análisis. En el transcurso de la presentación de cada una de las preguntas del cuestionario, usted lector encontrará la interpretación y la explicación gráfica de los datos numéricos, para finalizar usted puede encontrar en el anexo 3 un resumen analítico de lo obtenido en cada una de las dimensiones analizadas en los estudiantes. Le sugerimos que para un entendimiento más profundo de los resultados, se puede remitir a las encuestas que se utilizaron, ahí están las opciones de respuestas a cada pregunta, que no se refleja de igual manera en la presentación, ya que en el procedimiento se consideró el nivel de dominio y diversos criterios para la puntuación.

2.3. Análisis de los resultados de las encuestas de los estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones

Pregunta 6. ¿Cuál es el navegador que más utilizas?

La pregunta seis pertenece a la **dimensión tecnología,** determinó como se contempla en el gráfico 5, el predominio que *Google Chrome* tiene dentro de los navegadores que más utilizan los estudiantes con el 73,1% de preferencia, seguido en un lejano segundo lugar por *Firefox* con el 17,7% de preferencia y los demás navegadores con porcentajes bastante menores. Muy pocos optan por otras opciones de navegadores como por ejemplo *Opera.*

Gráfico 5. Navegador que más utiliza



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

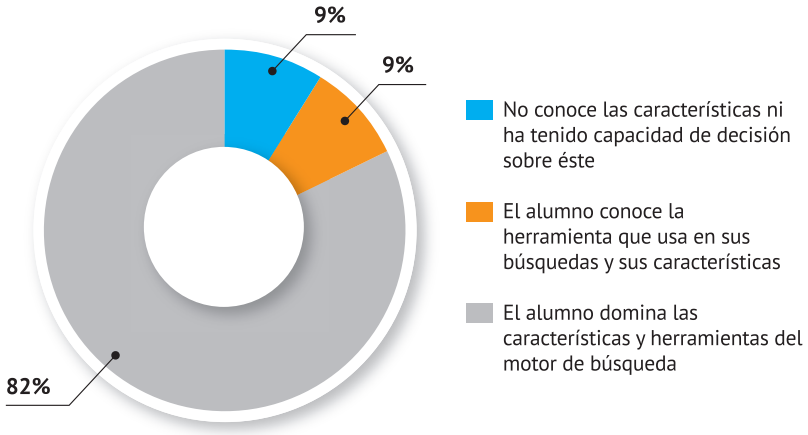
Pregunta 6.1. Señale la razón principal por la que lo utilizas

Dentro de la **dimensión tecnología**, en cuanto al conocimiento de las características para utilizar un navegador de Internet, el 82,5% de los estudiantes encuestados demostró dominar las características y herramientas del motor de búsqueda, por lo que se asume un alto grado de conocimientos de los alumnos acerca de las herramientas que utilizan en su navegación por Internet.

Los resultados no difieren mayormente entre los distintos tipos de colegios. Para esta pregunta se les presentó diversas razones de uso, tales como: es el que venía preinstalado en mi ordenador, es el que conozco, debido a sus características creo que es el más

adecuado, y otras que hacían referencia a lo intuitivo, a la rapidez, seguridad y al diseño del navegador. Se dio más valor a las respuestas que hacían alusión a las características, intuitividad, rapidez y seguridad, se dio un valor de 1 punto a "es el que conozco" y a "por su diseño". No se dio valor a quienes optaron por responder que la razón principal era porque venía instalado en el ordenador.

Gráfico 6, Conocimiento de características para utilizar un navegador de Internet



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

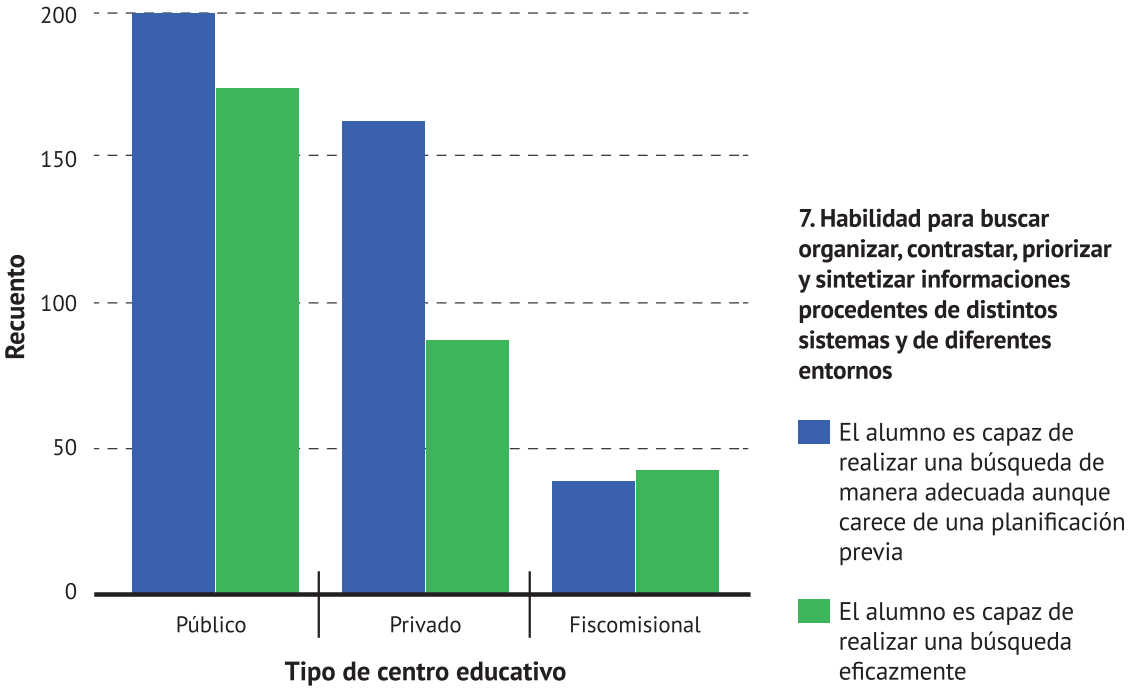
Pregunta 7. ¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?

En el ámbito de análisis de la **dimensión tecnología** los estudiantes tienen un nivel medio en cuanto a la eficacia para realizar búsquedas en Internet. Cuando realizan una búsqueda la mayoría no lo hace de manera planificada, teniendo en cuenta objetivos, valorando las herramientas disponibles, escogiendo los términos o palabras claves y evitando ambigüedades. Tampoco se evidencia una evaluación de la información hallada para seleccionar la que más se adapte a los objetivos.

En general, las búsquedas en Internet se realizan de manera menos organizada, utilizando al buscador ***Google***, en el que se ojea los primeros resultados ofrecidos, entre los cuales se elige al más conveniente. Los estudiantes de colegios privados obtienen el grado más bajo en esta pregunta, cerca del 65% de respuestas indica que las búsquedas no son eficaces, mientras que los estudiantes de colegios fiscomisionales demuestran mayor eficacia.

Esta pregunta también pertenece a la **dimensión ideología y valores**, al indicador sobre la ***habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.***

Gráfico 7, Eficacia para realizar búsquedas en Internet



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?

Como opciones de respuesta se les presentó las siguientes:

1. "Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum"
2. Etapas literarias Jorge Enrique Adoum
3. Obra Jorge Enrique Adoum
4. Jorge Enrique Adoum Literatura
5. Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum
6. Etapas " Jorge Enrique Adoum "
7. Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum

Las respuestas 5 y 6 daban mayor valor, demuestran al escogerlas que el estudiante identifica los conceptos más relevantes para la búsqueda, incluyendo operadores boleanos (para facilitar la búsqueda de información, por ejemplo de intersección, ***and***, y; de unión, ***or***, o; y de exclusión, ***not,*** no; o en este caso el uso correcto de las comillas, etc.).

La tabla 2 nos indica que el 36,1% de los estudiantes encuestados sabía identificarlos, y porcentajes marginalmente menores de estudiantes, no identificaron los conceptos relacionados con la búsqueda o utilizaron elementos irrelevantes al momento de realizar búsquedas en Internet, por lo que se puede hablar de un nivel medio en el indicador de la ***habilidad para buscar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos***, resultado que corrobora el obtenido en la pregunta 7 en esta misma categoría.

Tabla 2. Búsqueda en Internet

	Habilidad para buscar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos			Total
	0. El alumno no identifica los conceptos más relevantes de la búsqueda o utiliza elementos irrelevantes en la búsqueda	1. El alumno identifica los conceptos relacionados con la búsqueda.	2. El alumno identifica los conceptos más relevantes para la búsqueda incluyendo operadores booleanos	
Público	125 33,4%	103 27,5%	146 39,0%	374 100,0%
Privado	74 29,5%	99 39,4%	78 31,1%	251 100,0%
Fiscomisional	35 42,7%	16 19,5%	31 37,8%	82 100,0%
Total	234 33,1%	218 30,8%	255 **36,1%**	707 100,0%

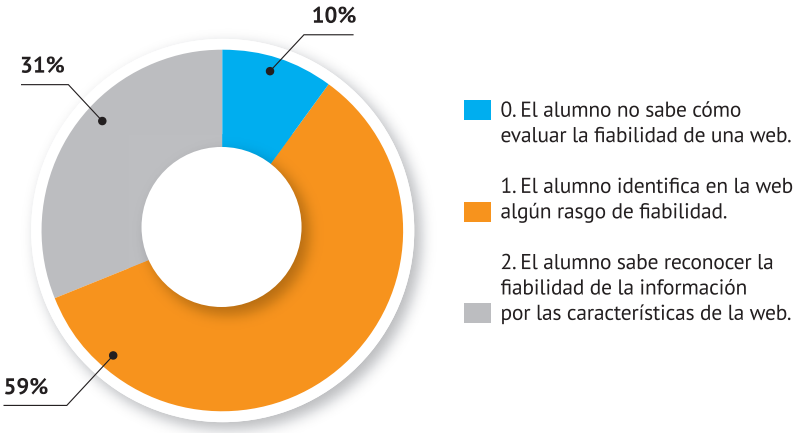
Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 9. Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante

Siguiendo la pauta de la pregunta anterior en la misma dimensión, se les pidió entre las opciones: Wikipedia, Monografías.com, Diccionario Bibliográfico, Ecuador Literatura, organizar acorde a la importancia de los sitios su trabajo de búsqueda, se analizaba con esto el indicador de la ***capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite***, podemos hablar de manera general de un mediano nivel con tendencia al alza, ya que el

59,1% de los estudiantes identificó en la web algún rasgo de fiabilidad, y el 30,8% reconoció la fiabilidad de la información por las características de la web, particularmente los estudiantes de los colegios privados que llegaron a tener un nivel más alto en esta pregunta, un 47,8% frente a un 21,9% de los públicos y un 19,5% de los fiscomisionales.

Gráfico 8. Orden de importancia de páginas de consulta en Internet

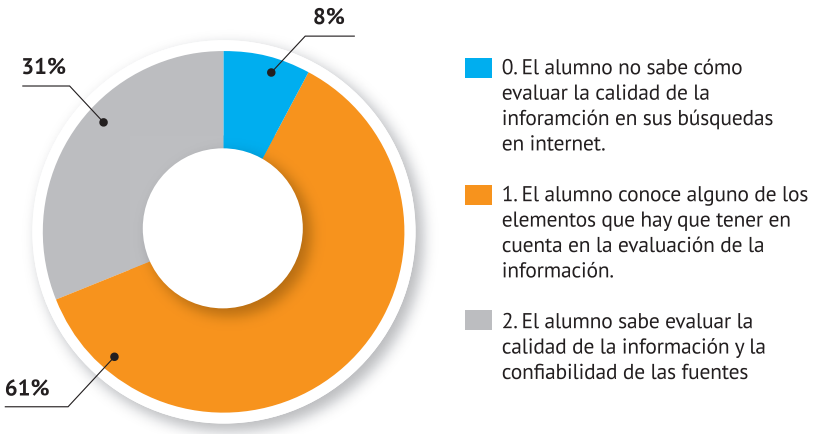


Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 9.1 ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?

Al evaluar los criterios para escoger una página web de consulta, observamos que el 61,4% de los estudiantes encuestados conocía alguno de los elementos que hay que tener en cuenta en la evaluación de la información, mientras que el 31% además de evaluar la calidad de la información, evaluó la confiabilidad de las fuentes, por lo que podemos hablar de un mediano nivel en el indicador de la ***capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite***, resultado que refuerza el obtenido en la pregunta 9, que consiguió de igual manera un nivel medio en este mismo indicador, por lo que hay que reforzar la capacidad de los estudiantes para evaluar la fiabilidad de las fuentes de información que utilizan y fortalecer los criterios de elección de páginas web de consulta.

Gráfico 9. Criterios para escoger una página web de consulta



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 10. Señala si conoces cómo...

Manejo de nuevas herramientas tecnológicas

En la **dimensión Tecnología** es importante determinar el conocimiento del manejo de las nuevas herramientas tecnológicas, el 56,4% de los estudiantes encuestados mostró medianamente cómo se manejaban para la creación de contenidos en Wikipedia, subir archivos en *YouTube*, mantener un blog, publicar fotos en *Flickr, Picassa, Instagram* u otros, y acceder a servicios *RSS*.

Este resultado implica un nivel medio en la ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial, y a la capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.*** Indicadores que pertenecen al ámbito del análisis dentro de la dimensión antes mencionada.

Cabe destacar que la mayoría de encuestados manifestó desconocimiento al acceso a servicios *RSS (Really Simple Syndication*), los que consisten en una manera rápida y fácil de recibir directamente en un dispositivo digital (computadora, *Tablet*, teléfono inteligente) información actualizada y organizada de las suscripciones, noticias, alertas, descuentos, redes sociales y más de las páginas web favoritas del usuario, sin tener que visitarlas una por una, todo esto por una tarifa mensual (RSS America LLC, 2015).
Al comparar, son los estudiantes de colegios privados los que manifiestan mayor conocimiento de las nuevas herramientas tecnológicas y los de colegios fiscomisionales el menor conocimiento.

Tabla 3. Conocimiento del manejo de nuevas herramientas tecnológicas

	Manejo de nuevas herramientas tecnológicas			Total
	0. El alumno no conoce / no maneja las herramientas tecnológicas	1. El alumno conoce medianamente cómo se manejan las nuevas herramientas tecnológicas	2. El alumno conoce cómo se manejan las nuevas herramientas tecnológicas	
Público	74	221	79	374
	19,8%	59,1%	21,1%	100,0%
Privado	29	138	84	251
	11,6%	55,0%	33,5%	100,0%
Fiscomisional	26	40	16	82
	31,7%	48,8%	19,5%	100,0%
Total	129	399	179	707
	18,2%	56,4%	25,3%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

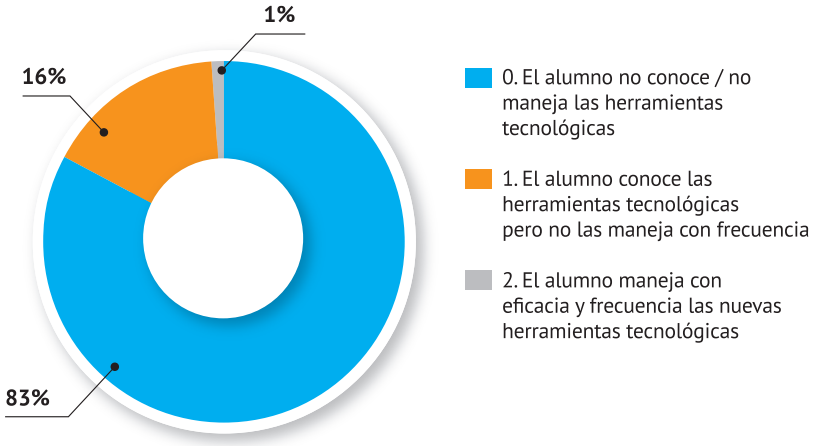
Pregunta 11. Señala si has realizado alguna de estas actividades

El 83,3% de los estudiantes encuestados expuso que no manejaba las nuevas herramientas tecnológicas ni realizaba actividades en red analizadas en la pregunta anterior, como para la creación de contenidos en *Wikipedia*, subir archivos en *YouTube*, mantener un blog, publicar fotos en *Flickr, Picassa, Instagram* u otros y acceder a servicios *RSS*. Menos del 1% de los encuestados manejaba estas herramientas con frecuencia.

Este resultado implica un bajo grado en los indicadores ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial, y a la capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.*** Sin embargo, en la pregunta anterior, estos indicadores obtuvieron un grado medio, ya que la mayoría de estudiantes manifestó que conocía medianamente el manejo de estas tecnologías, no obstante, como vemos en esta pregunta, a pesar de un mediano conocimiento, o tal vez precisamente porque el conocimiento no es lo suficientemente alto, los estudiantes no utilizaban estas tecnologías, a excepción de subir fotos en *Instagram*, que fue la herramienta manejada por una mayor cantidad de estudiantes con mayor frecuencia.

Estos resultados fueron similares entre los distintos tipos de instituciones educativas.

Gráfico 10. Manejo de nuevas herramientas tecnológicas y actividades en red



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

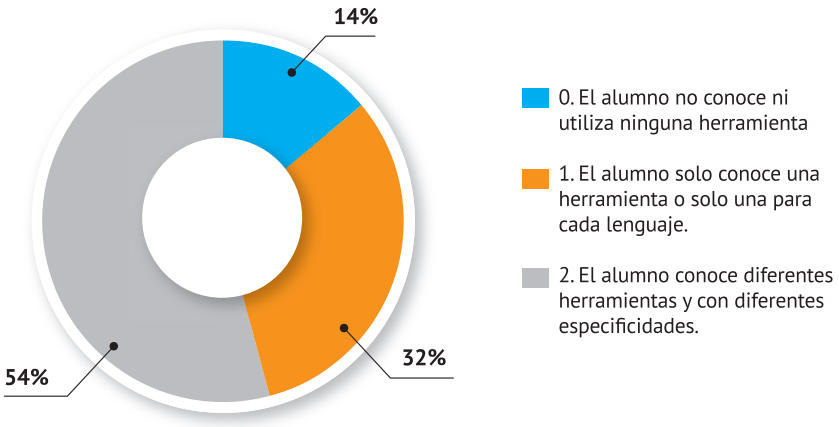
Pregunta 12. ¿Qué red social utilizas más?

Como consta en el Gráfico 11, el 53,6% de los estudiantes encuestados indicó conocer diferentes herramientas y con diferentes usos específicos, para llegar a esto se les dio a escoger más de una opción entre redes y otras herramientas que pueden considerarse de participación grupal, estas son: *Facebook, Twitter, Google+, Instragram, Sonico, Hi5*. Cada una de estas puede llevar a un mismo fin, pero también son para usos específicos, como *Instagram*: para colgar fotos, compartir y comentar, en el caso de *Facebook* presenta mayores herramientas para diversos lenguajes.

Con este resultado los estudiantes demuestran un nivel medio dentro de la **dimensión tecnología** en el ámbito de análisis, al medir el indicador de la ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.*** Sin embargo, vale aclarar que esta capacidad se enfoca hacia redes sociales, ya que este mismo indicador al referirse de manera general a herramientas tecnológicas obtuvo una mediana competencia en la pregunta 10 y baja en la pregunta 11.

La red social más utilizada fue *Facebook*, de los encuestados una amplia mayoría indicó tener una cuenta en esta red social. En el 2014 en Ecuador *Facebook* era el segundo sitio más visitado en la red luego del buscador *Google* (Alexa, 2014) y en el 2015 se mantuvo en la segunda posición, luego de *YouTube* (Alexa, 2015).

Gráfico 11. Conocimiento de redes sociales



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Esta pregunta también mide indicadores que pertenecen a la **dimensión recepción e interacción**, en el ámbito de la expresión existe un mediano grado de ***capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales*** y de la ***capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales***.

Así encontramos que los estudiantes en su mayoría utilizaban dos o tres redes sociales (Tabla 4), muchas de las cuales tienen características diferentes entre sí, lo que demuestra que los estudiantes decidían qué red utilizar dependiendo del contenido a compartir.

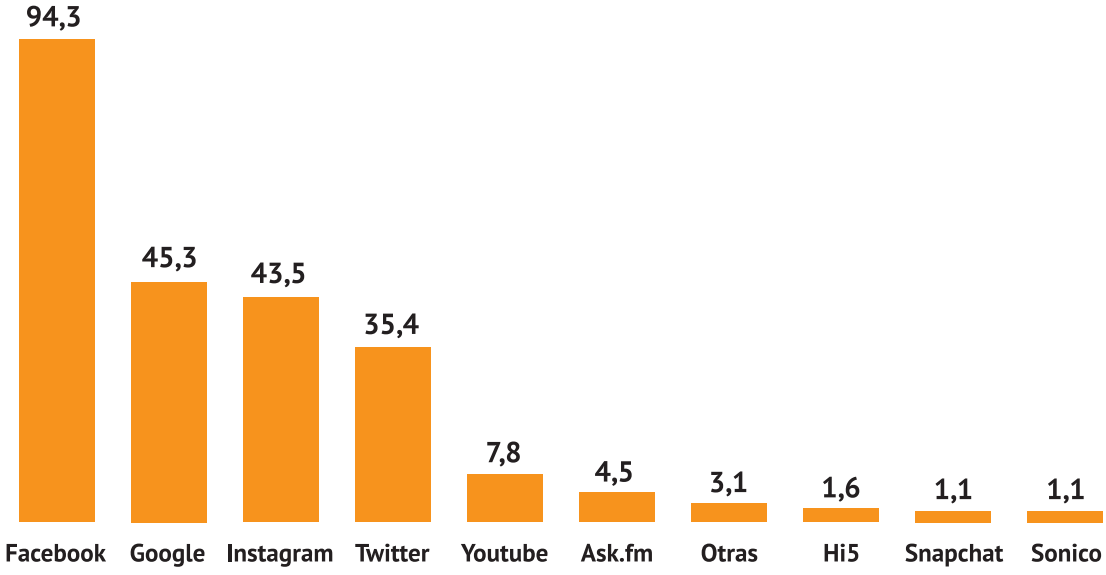
Tabla 4. Cantidad de redes sociales utilizadas

	¿Cuántas redes sociales utilizas?					Total
	Ninguna	una	dos	tres	cuatro	
Público	0	53	118	202	1	374
	,0%	14,2%	31,6%	54,0%	,3%	100,0%
Privado	2	34	76	137	2	251
	,8%	13,5%	30,3%	54,6%	,8%	100,0%
Fiscomisional	0	14	31	37	0	82
	,0%	17,1%	37,8%	45,1%	,0%	100,0%
Total	2	101	225	376	3	707
	,3%	14,3%	31,8%	53,2%	,4%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

En el Gráfico 12 se observa las redes sociales más utilizadas por los estudiantes encuestados. Hay que tomar en cuenta que como lo indica la tabla 4, la mayoría indicó utilizar más de una red social, y apenas dos de los 707 encuestados expuso no utilizar redes sociales.

Gráfico 12. Redes sociales más utilizadas



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 12.1 Utilizas las redes sociales para:

El 99,3% de los estudiantes encuestados expresó aprovechar las herramientas (redes sociales) para comunicarse e informarse.

Con este resultado los estudiantes demostraron dentro de la **dimensión tecnología**, nuevamente un alto grado de ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.*** Vale aclarar, que esta valoración se enfoca hacia las redes sociales, corroborando la respuesta de la pregunta 12, ya que este mismo indicador al referirse de manera general a herramientas tecnológicas, obtuvo un grado medio en la pregunta 10 y bajo en la pregunta 11.

Con este resultado podemos afirmar que en el ámbito de la expresión dentro de la **dimensión Recepción e Interacción** existe un nivel alto en la ***capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales*** y en la ***capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales***, respuesta que corrobora la obtenida en la pregunta 12.

Pregunta 13. ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONG debatiendo sobre tomas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de estas?

Tabla 5. Participación en temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías

	¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos a través de la tecnología?		
	0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios	2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios	Total
Público	319 85,3%	55 14,7%	374 100,0%
Privado	197 78,5%	54 21,5%	251 100,0%
Fiscomisional	72 87,8%	10 12,2%	82 100,0%
Total	588 **83,2%**	119 16,8%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

El 83,2% de los encuestados contestó que no participaba en la sociedad a través de los medios frente a un 16,8% que sí lo hacía, es decir la mayoría no tenía un papel activo como corresponsable con lo que sucede con la sociedad, los resultados de esta pregunta aportan a dos indicadores de dos dimensiones distintas, por una parte en el ámbito de la expresión en la **dimensión recepción e interacción**, y por otra parte en la **dimensión ideología y valores,** en las dos el resultado es negativo, en la primera indica un nivel bajo de ***actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno;*** y en la segunda en la ***capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad***.

Los estudiantes de colegios privados indicaron ligeramente una mayor participación en temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías, como consta en la Tabla 5, pero ciertamente aún hay mucho por hacer, es preocupante la aparente indiferencia de los jóvenes frente a temas sociales y/o políticos en los que podrían tener una actitud más activa

con todas las facilidades que las nuevas herramientas tecnológicas ponen a su alcance. Como Ferrés, Aguaded y García (2012, p. 41) manifestaron en su estudio símil en España, "En un entorno social mediado por las pantallas habría que capacitar a los ciudadanos y ciudadanas para que sepan interaccionar de manera madura con los mensajes ajenos y para que sean capaces de producir y de difundir mensajes que contribuyan al desarrollo personal y a la mejora del entorno social".

Pregunta 13.1 ¿Cómo crees que participas en dichos temas?

El 64,2% de los encuestados respondió no participar en las formas propuestas, como por ejemplo: difundiendo a través de redes sociales informaciones relevantes sobre los derechos de las personas, o a través de su participación activa en foros de temas de interés ciudadano, o colaborando con alguna ONG, o haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales / políticos a través de correos electrónicos o redes sociales.

Esto confirma el bajo nivel de ***actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno***, y al igual que la pregunta anterior, un bajo nivel también en la ***capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.*** Los dos indicadores pertenecían a la **dimensión recepción e interacción** y la de **ideología y valores** respectivamente. Los estudiantes que señalaron participar más activamente en la sociedad a través de los medios pertenecían a colegios fiscomisionales, y los que menos lo hacían eran de colegios privados, ver Tabla 6.

Tabla 6. Formas de participación en temas sociales y/o políticos a través de las tecnologías

	¿Cómo participas en dichos temas?			
	0. El alumno no participa en la sociedad a través de los medios	1. El alumno no participa tan activamente en la sociedad a través de los medios	2. El alumno participa activamente en la sociedad a través de los medios	Total
Público	221	47	106	374
	59,1%	12,6%	28,3%	100,0%
Privado	184	16	51	251
	73,3%	6,4%	20,3%	100,0%
Fiscomisional	49	5	28	82
	59,8%	6,1%	34,1%	100,0%
Total	454	68	185	707
	64,2%	9,6%	26,2%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 14. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones

Dentro de la **dimensión tecnología**, se pretendió identificar el conocimiento que los estudiantes tenían de las definiciones básicas de las herramientas tecnológicas, observamos que el 52,8% de los encuestados poseía conocimientos suficientes, por lo que se puede hablar de un nivel medio en cuanto al conocimiento que los estudiantes tienen sobre las diferentes tecnologías.

El mejor rendimiento en esta pregunta se obtuvo en los estudiantes de los colegios privados como se ve en la Tabla 7. Con esto queda clara la necesidad de reforzar conocimientos de algunas herramientas tecnológicas como: *firewall, Google docs, YouTube, iTunes, tableta gráfica, Podcast*, etc.

Tabla 7. Definiciones básicas de herramientas tecnológicas

	Lea atentamente y seleccione la opción correcta para cada una de las definiciones			Total
	0. No conoce las diferentes herramientas tecnológicas	1. Conoce suficientemente	2. Conoce bien las diferentes herramientas tecnológicas	
Público	75 20,1%	220 58,8%	79 21,1%	374 100,0%
Privado	49 19,5%	103 41,0%	99 39,4%	251 100,0%
Fiscomisional	22 26,8%	50 61,0%	10 12,2%	82 100,0%
Total	146 20,7%	373 52,8%	188 26,6%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 15. ¿Comprende la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentra en los medios?

Esta pregunta pertenece a la **dimensión lenguajes**, si se analiza la tabla 8 podemos ver que el grado de comprensión se dificultaba en los colegios fiscomisionales y es mejor en los privados. Sin embargo, cerca del 57% de los encuestados afirmó que "comprenden mínimamente los códigos en esos mensajes", con lo que se asume que los estudiantes tienen un nivel medio en cuanto a la ***capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje***, aunque la tendencia es hacia el alza, especialmente en los estudiantes de los colegios privados.

Tabla 8. Comprensión de la información multimodal transmitida por los medios

	¿Comprendes la información que transmiten las imágenes, palabras, música y sonidos que encuentras en los medios?			Total
	0. No comprende los diversos códigos	1. Comprende mínimamente los códigos	2. Comprende bien los códigos	
Público	11 2,9%	218 58,3%	145 38,8%	374 100,0%
Privado	6 2,4%	133 53,0%	112 44,6%	251 100,0%
Fiscomisional	7 8,5%	51 62,2%	24 29,3%	82 100,0%
Total	24 3,4%	402 56,9%	281 39,7%	707 100,0%

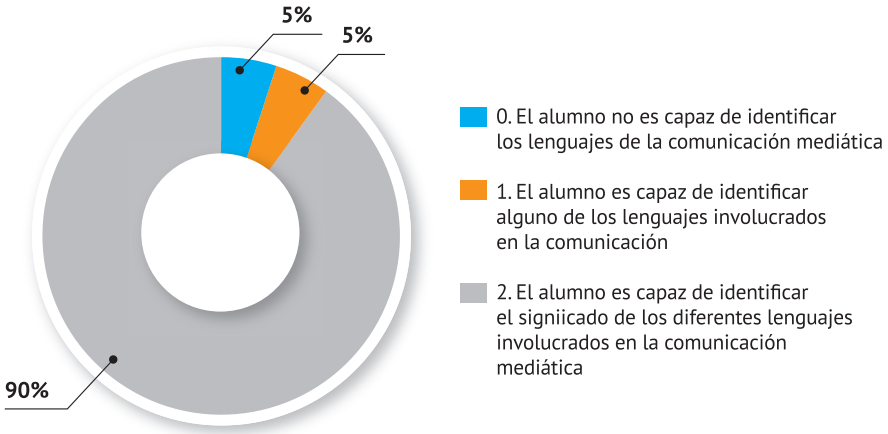
Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en el siguiente fragmento de película? Puede escoger más de una opción de respuesta

En la pregunta 16, que también pertenece a la **dimensión lenguajes**, se les presentó un fragmento de la película *Amelie*, pieza de gran calidad estética y alto nivel de lenguaje audiovisual. Se consideró con mayor valor a la identificación de los primeros planos para reflejar sentimientos, al igual que la música y su función de potenciador de emociones, y a la cámara subjetiva, para dar mayor dramatismo. Con menor valor a los colores cálidos para reflejar la tristeza de *Amelie*, y sin valor a si la música ambientaba a la época y al lugar donde transcurre la acción.

El hecho de que el 90% de los estudiantes encuestados fuera capaz de identificar el significado de los diferentes lenguajes involucrados en la comunicación mediática, implica que poseen un alto nivel de análisis del lenguaje ahí presentado, si consideramos el indicador que hace referencia a la ***capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje,*** se puede asumir que los estudiantes sí interpretan y valoran los diversos códigos de representación y la función que cumplen. Esta pregunta evalúa también un indicador en el ámbito del análisis de la **dimensión estética**, e indica un alto nivel de ***sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética***.

Gráfico 13. Significado de lenguajes de comunicación mediática



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones

Esta pregunta pertenece a la **dimensión producción y difusión**, aquí se les daba a seleccionar a los estudiantes el papel de los profesionales que correspondía a cada una de las profesiones presentadas, por ejemplo: "Camarógrafo" con su papel "Es el encargado de grabar las escenas y manejar la cámara", y así con otras profesiones acorde a la producción y a la difusión: Cazador de tendencias, *Community Manager*, Guionista, Desarrollador, Editor, *Web Master*, Escenógrafo.

Se obtuvo que el 47,9% de los estudiantes consultados no tenía conocimientos suficientes sobre el papel de los distintos profesionales, por lo que se puede hablar de un grado medio de conocimiento, tal como podemos comprobar en la Tabla 9.

Vale la pena mencionar que los estudiantes de colegios privados son los que mayor conocimiento tuvieron sobre el papel de los profesionales de la producción mediática, y los estudiantes de colegios fiscomisionales, los que menor conocimiento demostraron al respecto.

Tabla 9. Conocimiento del papel de los profesionales de la producción mediática

	Conocimiento del papel de los profesionales de la producción mediática			Total
	0. El alumno no conoce las distintas profesiones	1. El alumno conoce suficientemente	2. El alumno conoce bien las profesiones expuestas	
Público	123	181	70	374
	32,9%	48,4%	18,7%	100,0%
Privado	65	118	68	251
	25,9%	47,0%	27,1%	100,0%
Fiscomisional	34	40	8	82
	41,5%	48,8%	9,8%	100,0%
Total	222	339	146	707
	31,4%	47,9%	20,7%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 18. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otras publicaciones difundidas en la web o emitidas en algún medio de comunicación?

El 65,9% de los encuestados no tenía o no ejercía responsabilidad social ya que indicó que no denunciaba o no se quejaba sobre contenido en la web o en los medios de comunicación. Esto nos indica que en el ámbito de la expresión en la **dimensión recepción e interacción** existe un nivel bajo en el indicador del ***conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones***.

Los estudiantes de los colegios privados presentaron una mayor responsabilidad social que los estudiantes de los otros colegios, pero no sabían dónde o a quién dirigirse para denunciar o presentar una queja. Ver tabla 10.

En Ecuador cuando un medio de comunicación emite información o mensajes que afectan a la dignidad de una persona o grupo social pueden ser considerados como discriminatorios, y de esta forma, ser puestos en conocimiento del organismo correspondiente, la Superintendencia de Información y Comunicación, SUPERCOM, quien a su vez emite informe al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM, 2013). En el portal del CORDICOM, www.cordicom.gob.ec, podemos apreciar la siguiente información:

La ciudadanía puede presentar reclamos y denuncias al Consejo de Regulación y Desarrollo de Información y Comunicación (en el caso de contenidos sexualmente explícitos) y a la Superintendencia de Comunicación e Información, si sus derechos se ven afectados por la emisión de contenidos en los medios de comunicación social (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM, 2013).

Además ahí encontramos información de cómo proceder para presentar el reclamo o denuncia, de acuerdo con el Reglamento de Infracciones Administrativas a la Ley Orgánica de Comunicación (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM, 2013), información a la que también se accede desde el portal de la Superintendencia de la Información y Comunicación (www.supercom.gob.ec).

Tabla 10. Denuncia o quejas sobre contenido en la web y/o medio de comunicación

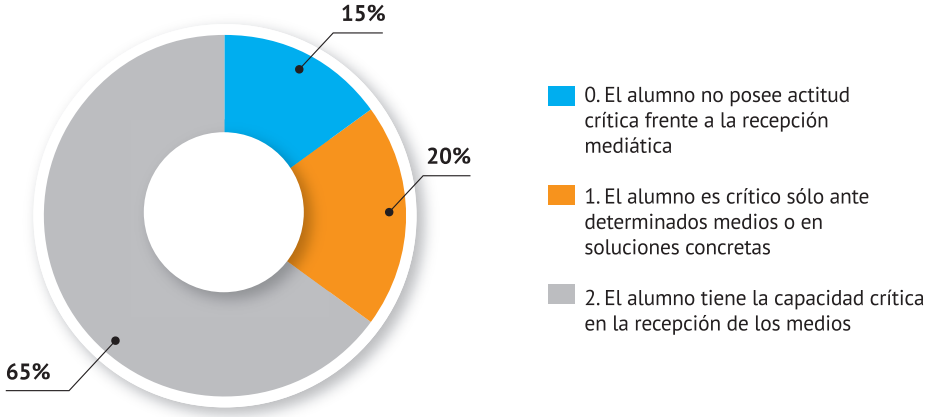
	¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, videos, información u otras publicaciones difundidas en la web o emitidas en algún medio de comunicación?			Total
	0. El alumno no tiene responsabilidad social	1. El alumno tiene responsabilidad social pero no sabe cómo ejercerla	2. El alumno tiene responsabilidad social y sabe cómo ejercerla	
Público	280 74,9%	36 9,6%	58 15,5%	374 100,0%
Privado	127 50,6%	33 13,1%	91 36,3%	251 100,0%
Fiscomisional	59 72,0%	12 14,6%	11 13,4%	82 100,0%
Total	466 65,9%	81 11,5%	160 22,6%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

Esta pregunta corresponde a la **dimensión ideología y valores**, y con ella se obtuvo que el 64,9% de los encuestados poseía una capacidad crítica en la recepción de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, especialmente en relación con programas concretos y con la programación en general de la televisión pública y privada, la privacidad de las redes sociales, la vulnerabilidad de los datos en Internet, algunas cadenas de radio y el acceso a páginas con limitación de edad. Se obtiene un alto nivel en cuanto a la capacidad crítica de los alumnos en relación a los medios.

Gráfico 14. Actitud crítica frente a los contenidos de los medios de comunicación



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

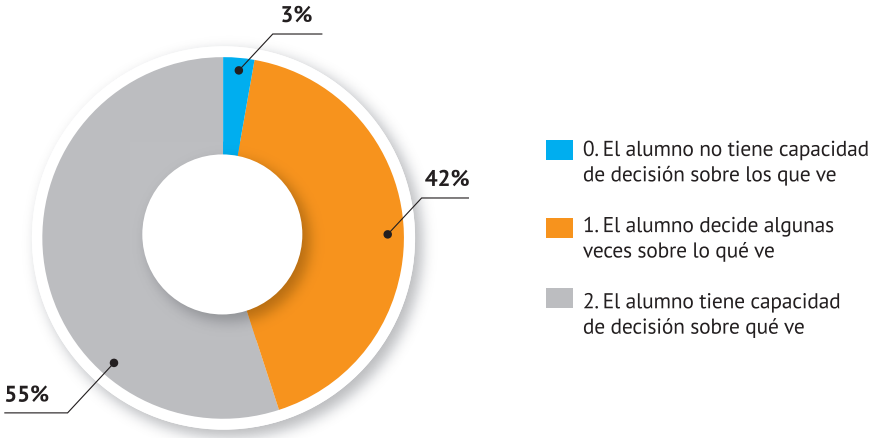
Pregunta 20. ¿Decides por ti mismo qué ves?

El 55,3% de los estudiantes demostró capacidad de decisión sobre lo que ve. Entre las opciones de respuestas tenían:

1. Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta.
2. Sí, dispongo de televisión en el cuarto.
3. Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa.
4. No, mis padres o hermanos mayores deciden qué se ve en la televisión.
5. Solo algunas veces.

En los tres tipos de instituciones educativas se presentó un nivel alto de ***capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables***, al seleccionar las opciones de respuesta 1 y 3, (2 puntos), o la 2 y 5 (1 punto), este indicador corresponde al ámbito de análisis de la **dimensión recepción e interacción.**

Gráfico 15. Decisión sobre lo que ve en los medios



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?

Al analizar la capacidad crítica para ver un programa de televisión o una película, tenemos que el 54% de los encuestados a través de sus respuestas reflejó escasa capacidad crítica ante las producciones cinematográficas, por lo que se evidencia un bajo nivel en el indicador de la ***capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos***, que pertenece a **la dimensión Ideología y valores**.

Entre algunas de las opciones de respuesta que los estudiantes tuvieron en esta pregunta figuran la crítica especializada, si se trata de una película taquillera o un programa con mucha audiencia, si todo el mundo habla sobre dicho programa o película, si se aprende con ese tipo de programas, si es entretenido o ayuda a distraerse, si aparece publicado y compartido o retuiteado por muchas personas en las redes sociales, o por el presentador o los actores; y la baja competencia en este indicador se evidenció cuando la mayoría de los estudiantes eligió las películas o programas que veían basados en razones superficiales como el tamaño de la audiencia, por entretenimiento, por sus presentadores o actores, o ni siquiera se han detenido a pensar en función de qué razón deciden ver un programa o película, por lo que no se evidencia ninguna actitud crítica en ellos. Los resultados son muy similares en los tres grupos por tipo de establecimiento.

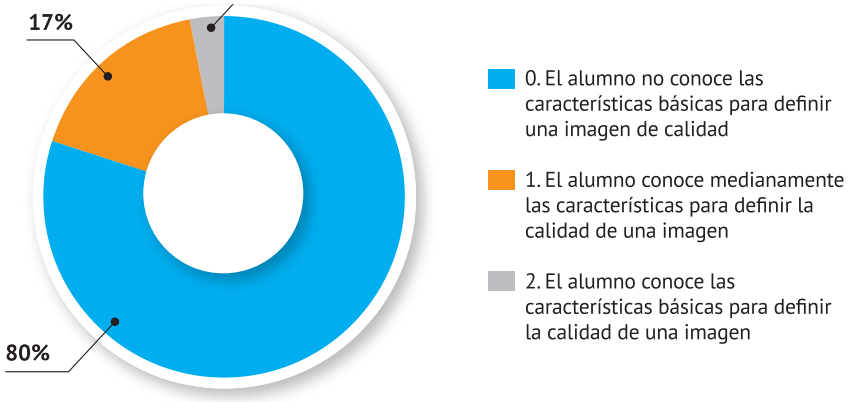
Pregunta 22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante. Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla

En esta pregunta se analizó el conocimiento que los estudiantes tenían para usar o desechar una fotografía, y los resultados nos demuestran que el 80,1% de ellos no conocía las características básicas para definir una imagen de calidad, y no sabía si falta nitidez en el color, o si las imágenes estaban situadas a un extremo de la fotografía, si estaban pixeladas, no percibía sobre el ruido u objetos de fondo, por lo tanto el estudiante desconoce que son razones para desechar una imagen.

Este resultado reveló un bajo nivel de ***sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecúe a unas exigencias mínimas de calidad estética***, indicador que pertenece a la **dimensión estética**. Esto demuestra una alta incapacidad de dar un juicio estético.

Consideremos que en este mismo indicador la competencia es alta en la pregunta 16 que tiene una aplicación audiovisual y no de imagen, con lo que podríamos señalar que la dimensión Estética no se desarrolla de igual manera para todos los lenguajes y herramientas audiovisuales.

Gráfico 16. Conocimiento para usar o desechar una fotografía

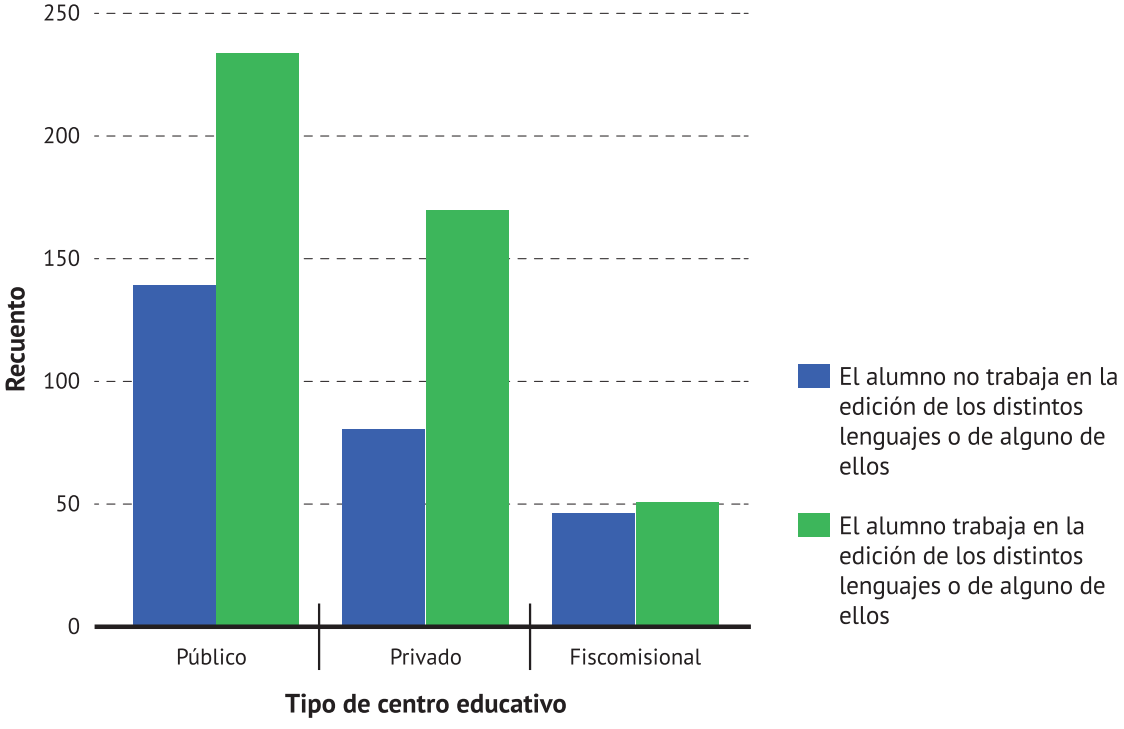


Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 23. ¿Ha editado o manipulado con programas de ordenador imágenes, vídeos o audios?

Como se puede observar, el 63,8% de los estudiantes encuestados manifestó poder trabajar en la edición de los distintos lenguajes (imágenes, audio o vídeo), o en alguno de ellos. Esto evidencia un nivel medio en el indicador referente a la ***capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación,*** dentro de la **dimensión lenguajes** en el ámbito de la expresión, competencia que se presenta de manera consistente en los tres tipos de instituciones educacionales investigadas. Los resultados también indican un grado medio de ***capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal*** en el ámbito de la expresión de la **dimensión tecnología**.

Gráfico 17. Edición digital multimodal



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 23.1. De todas estas herramientas de edición ¿cuál o cuáles has utilizado?

Como la Tabla 11 nos indica, el 51,3% de los estudiantes encuestados señaló conocer una herramienta de edición o solo una para cada lenguaje dentro de las presentadas: *Photoshop, Final Cut Pro, Movie Maker, Adobe Audition, Adobe Premiere, Sony Vegas y Adobe After Effects.* Así también podemos observar que el resultado más pobre se obtuvo en los estudiantes de los colegios fiscomisionales.

Estos resultados apuntan hacia un grado medio en cuanto a la ***capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación*** dentro de la **dimensión lenguajes** en el ámbito de la expresión, refuerza el obtenido en la pregunta anterior (23), lo que refleja un alto grado en el mismo indicador.

Sin embargo, aquí se evaluó que el alumno trabaje en la edición de los distintos lenguajes o de alguno de ellos, que es precisamente lo que esta pregunta obtiene como resultado, el conocimiento de una herramienta, o una para cada lenguaje. Entre las herramientas de edición más conocidas figuran *Paint, Photoshop* y *Movie Maker*, herramientas que tienen un nivel de complejidad menor.

Esta pregunta abarca dos indicadores, el del lenguaje ya analizado y también un indicador que pertenece a la **dimensión tecnología**, el resultado es un grado medio en la ***capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.*** El cual también refuerza el obtenido en la pregunta 23 en esta dimensión tecnológica, lo que refleja un grado medio en el mismo indicador.

Tabla 11. Uso de herramientas de edición

	Herramientas de edición utilizadas			
	0. El alumno no conoce ninguna herramienta para cada lenguaje	1. El alumno solo conoce una herramienta o solo una para cada lenguaje	2. El alumno conoce diferentes herramientas con diferentes especificidades	Total
Público	110	175	89	374
	29,4%	46,8%	23,8%	100,0%
Privado	60	146	45	251
	23,9%	58,2%	17,9%	100,0%
Fiscomisional	31	42	9	82
	37,8%	51,2%	11,0%	100,0%
Total	201	363	143	707
	28,4%	51,3%	20,2%	100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 24. Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes

En esta pregunta se pretendió valorar la capacidad de los estudiantes para construir una narración visual, a partir de 7 imágenes utilizar 5 para contar una historia que esté visualmente bien contada, sin embargo, los resultados demuestran que el 83,6% de los estudiantes encuestados no pudo discernir mensajes significativos para construir una secuencia visual coherente que produzca nuevos significados.

Se puede hablar de un resultado negativo en cuanto a la ***capacidad y habilidad de los estudiantes para construir una secuencia a través de imágenes,*** dentro de la **dimensión Lenguajes.** Los estudiantes de colegios privados realizaron un ligero mejor desempeño, el 24,3% fue capaz de construir una secuencia visual sin ningún error, pero el 75,7% de sus estudiantes no pudo hacerlo. En los colegios fiscomisionales y públicos el porcentaje que pudo hacerlo es bastante menor 7,3% y 13,1% respectivamente. Ver tabla 12.

El resultado también indica que existe un nivel bajo en la ***capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados***, indicador que se incluye en el ámbito de la expresión de la **dimensión producción y difusión**.

En España sucedió algo similar "Suspendió el 93,1% de los sujetos de la muestra. Tan sólo un 1,9% fue capaz de construir una secuencia visual sin ningún error de «*ráccord*»" (Ferrés, Aguaded, & García, 2012, p. 30).

Tabla 12. Historia visualmente bien contada

	Elabora con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes.		Total
	0. El alumno no discierne mensajes significativos para construir una secuencia visual para producir nuevos significados	2. El alumno es capaz de construir una secuencia visual correctamente	
Público	325 86,9%	49 13,1%	374 100,0%
Privado	190 75,7%	61 24,3%	251 100,0%
Fiscomisional	76 92,7%	6 7,3%	82 100,0%
Total	591 83,6%	116 16,4%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 25. Quieres presentarte a un concurso de vídeo en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto

Al solicitar a los estudiantes que ordenasen la secuencia correcta en la que deben seguir siete pasos para realizar un video, se pretendía detectar los conocimientos en relación con el proceso de elaboración de un producto audiovisual, los pasos eran insertar música, buscar locaciones, edición de video, insertar los créditos, hacer casting, escribir el guion y grabar escenas.

El 66,5% de los estudiantes encuestados, no pudo señalar el proceso de producción de un video en su mayor parte, por lo que podemos afirmar que en el ámbito de la expresión en la **dimensión producción y difusión** en el indicador del ***conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal***, hay un nivel bajo, aunque nuevamente se obtuvo un ligero mejor rendimiento en los estudiantes de los colegios privados.

Hay que analizar para futuras actividades en el plan curricular de los colegios las falencias que tienen los estudiantes en lo que respecta a la producción y difusión de sus mensajes audiovisuales, y así guiarles para potenciar sus competencias, Ferrés, Aguaded y García (2012, p. 38) manifestaban que las nuevas tecnologías posibilitan que el ciudadano sea productor de mensajes en la misma medida en que es receptor.

Tabla 13. Pasos para realizar un vídeo

	Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.			Total
	0. El alumno no conoce el proceso de producción en su mayor parte	1. El alumno conoce la mayoría de los pasos a seguir en el proceso de producción	2. El alumno conoce todos los pasos a seguir en el proceso de producción	
Público	262 70,1%	60 16,0%	52 13,9%	374 100,0%
Privado	146 58,2%	48 19,1%	57 22,7%	251 100,0%
Fiscomisional	62 75,6%	10 12,2%	10 12,2%	82 100,0%
Total	470 66,5%	118 16,7%	119 16,8%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 26. ¿Utilizas en tus trabajos recursos Creative Commons?

Aquí obtenemos que el 88% de los encuestados al responder manifestó que no respetaba ni utilizaba las licencias *Creative Commons*, y tan solo el 12% de ellos conocía y respetaba los derechos de autor y utiliza de manera adecuada las licencias. Esta pregunta mide dos indicadores de dos dimensiones, por una parte en el ámbito de la expresión en la **dimensión recepción e interacción,** el resultado señala un bajo nivel del ***conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones***, tal y como pudimos observar en la pregunta 18, en este mismo indicador, con lo que lo corrobora; y por otra parte demuestra una baja competencia en el indicador de la ***actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento***, que pertenece a la **dimensión ideología y valores.**

Los estudiantes de colegios públicos demostraron un mayor rendimiento en comparación de los colegios privados y fiscomisionales, como vemos en la Tabla 14.

A continuación presentamos de manera breve la finalidad de las licencias de derechos de autor *Creative Commons*:

Este tipo de licencias ayuda a los creadores - a los que llamamos licenciadores al utilizar nuestras herramientas - a retener los derechos de propiedad intelectual al mismo tiempo que permiten a otros copiar, distribuir y hacer algunos usos de su obra - al menos para finalidades no comerciales (*Creative Commons*, 2015). Los estudiantes pueden utilizar la información bajo la licencia *Creative Commons*, es importante que demuestren una actitud responsable al respetar derechos de autor y al citar sus fuentes, así se evitarán denuncias de plagio. Acorde a los resultados señalamos para futuras investigaciones que hay mucho que trabajar en este tema.

Tabla 14. Uso de *Creative Commons* en trabajos académicos

	¿Utilizas en los trabajos recursos *Creative Commons*?		
	0. El alumno no respeta ni utiliza las licencias *Creative Commons*	**2. El estudiante conoce y respeta los derechos de autor y utiliza de manera adecuada la licencia *Creative Commons***	**Total**
Público	306 81,8%	68 18,2%	374 100,0%
Privado	238 94,8%	13 5,2%	251 100,0%
Fiscomisional	78 95,1%	4 4,9%	82 100,0%
Total	622 88,0%	85 12,0%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

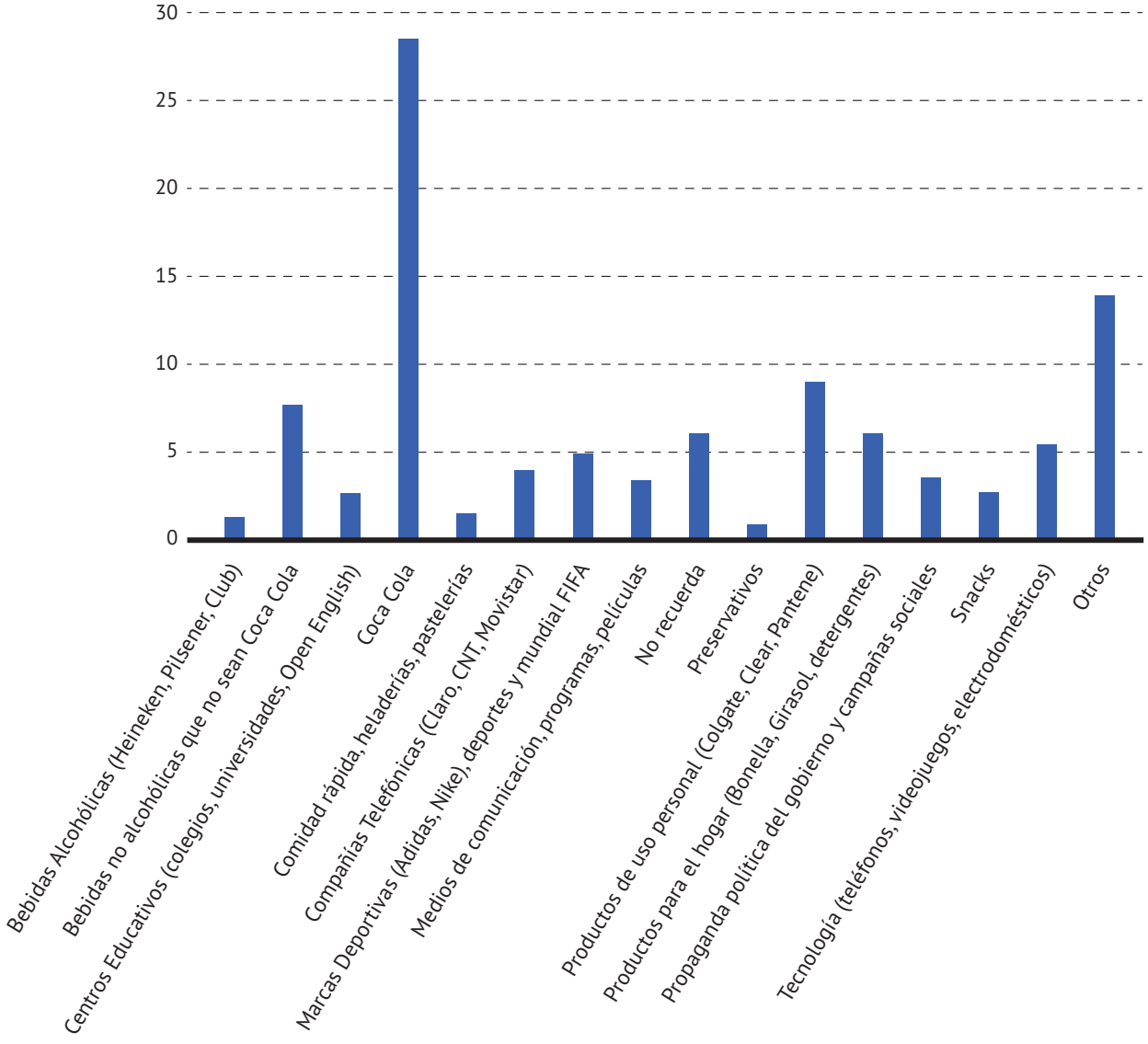
Pregunta 27. Nombra y describe un anuncio que recuerdes

Esta pregunta pertenece a la **dimensión ideología y valores, se la hizo abierta,** con la finalidad de que el estudiante escriba cuál anuncio recordaba**,** se obtuvo que los comerciales más recordados son los de Coca Cola (28,1%), resultado que no sorprende dado el valor que la marca posee en la mente de los consumidores, el resto de comerciales estaban atomizados en variadas categorías, entre las que destacan otras bebidas no alcohólicas que no sean Coca Cola (7,8%), con lo que más de un tercio de los estudiantes recordaron en primer lugar anuncios de esta categoría, tal como lo demuestra el gráfico 16.

Entre otras categorías no sorprende encontrar que retuviesen anuncios de aparatos tecnológicos, especialmente teléfonos inteligentes y videojuegos, además de anuncios de productos deportivos y de uso personal.

Algunos estudiantes mencionaron campañas en contra del aborto o en contra del cigarrillo, también de preservativos, lo cual muestra un cierto interés en temas que con frecuencia son dirigidos a ellos y tienen que competir por su atención con muchos otros anuncios.

Gráfico 18. Anuncios más recordados por los estudiantes



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

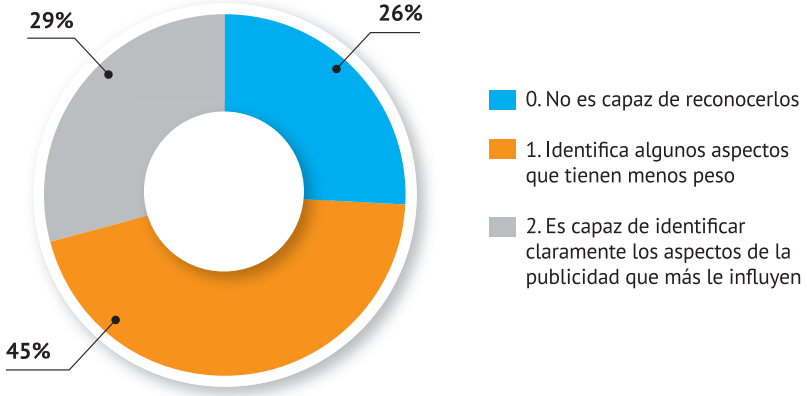
Pregunta 27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

Pregunta que colabora en el análisis de la capacidad que tienen los estudiantes de reconocer aspectos influyentes en la publicidad, se les dio las siguientes opciones, están en negrita las que puntuaban con mayor valor (2 puntos):

1. Por el producto que anuncia.
2. Música pegadiza.
3. Calidad visual, imágenes, colores...
4. El/la modelo que aparece.
5. La historia que cuenta.
6. Describe muy bien el producto.
7. Otro:

El 44,4% identificó algunos aspectos, pero que tienen menos peso, por lo que se determina un nivel medio en el indicador de la ***capacidad de descubrir la manera como las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas***, que corresponde también a la **dimensión ideología y valores**.

Gráfico 19. Capacidad de reconocer aspectos influyentes en la publicidad



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Muchos de los estudiantes recordaron los anuncios publicitarios simplemente en función del producto que anuncia o de la historia que cuenta, opciones 1 y 5, que puntuaban 1 punto, se podría indicar que pocos reconocieron ideas o valores más profundos que están implícitos en la publicidad.

Casa Editora | UNIVERSIDAD DEL AZUAY 50 AÑOS

Pregunta 28. ¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?

Dentro de la **dimensión estética**, se presentó a los estudiantes dos publicidades gráficas de dos marcas de bebidas gaseosas conocidas por ellos. El 87,4% de los encuestados eligió la imagen B, frente a un 12,6% que prefirió la imagen A, con una tendencia constante en los estudiantes de los tres tipos de instituciones. En esta pregunta, los dos anuncios tienen elementos estéticamente remarcables que son necesarios para la respuesta de la pregunta 28.1.

Ilustración 3. Imagen A



Ilustración 4. Imagen B



Pregunta 28.1 ¿Por qué ha escogido esta imagen? Puede marcar más de una opción

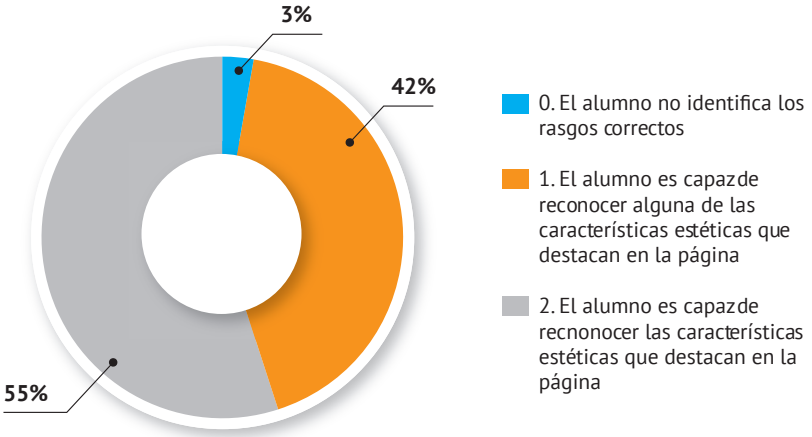
Se les presentó las siguientes opciones:

1. El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos.
2. Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano.
3. Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento.
4. La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar contenidos importantes.
5. El color de fondo y la fuente facilitan la lectura.
6. Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo.
7. El elemento principal está en segundo plano.
8. Otro:

El 55% de los encuestados reconoció las características estéticas que destacan en la imagen publicitaria analizada, presentes en las opciones 2, 3 y 5, por lo que podemos hablar de un alto nivel en el indicador de la ***sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecúe a unas exigencias mínimas de calidad estética***, este resultado corrobora el obtenido en la pregunta 16 que mide este mismo indicador, el cual demostró que también en la valoración estética de las imágenes los estudiantes son competentes, a pesar de la respuesta negativa obtenida en la pregunta 22 en este mismo indicador, en cuyo caso es posible que el resultado obedeciera a las características técnicas de dicha valoración estética más que a un tema estético mismo.

Los puntos valorados positivamente dentro del anuncio publicitario analizado en esta pregunta son la armonía en los elementos, en el que destaca el objeto clave situándolo en primer plano, la utilización de colores llamativos que dan sensación de acción y movimiento, y el hecho de que el color de fondo y la fuente faciliten la lectura. Son opciones que demuestran sensibilidad estética.

Gráfico 20. Identificación de características estéticas



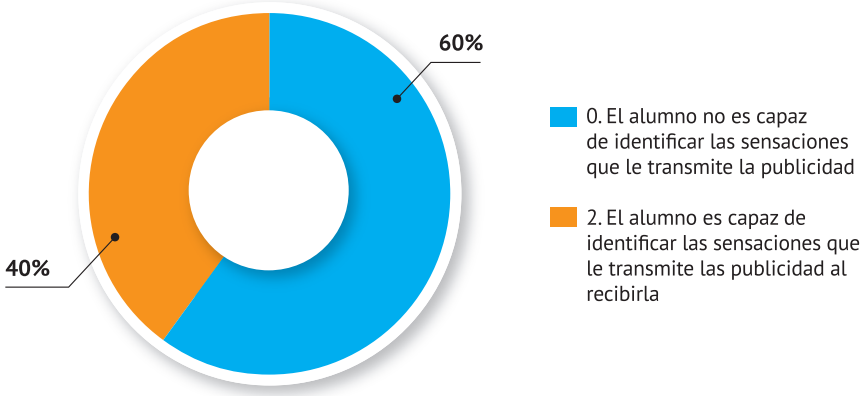
Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 29. Visualiza el siguiente anuncio y di que te transmite

El 60,4% de los encuestados no fue capaz de identificar las sensaciones que les transmite la publicidad, esto nos indica que los estudiantes pertenecientes al estudio presentan un nivel bajo en la ***capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas,*** indicador del ámbito análisis, **dimensión recepción e interacción**, nos indica también un nivel bajo en el indicador de la ***capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos***, este resultado coincide con el obtenido en la pregunta 21 que mide este mismo indicador y también pertenece a la **dimensión ideología y valores**, resultado que apunta más hacia una captación superficial de los contenidos mediáticos y una baja actitud crítica.

El comercial transmitido a los estudiantes (https://youtu.be/AEqp-1C28Y8Q) era de una consola de videojuegos, el cual tenía varios recursos emotivos a más de cognitivos, que deberían ser captados por ellos al mirarlo.

Gráfico 21. Capacidad de distinguir las sensaciones que produce la publicidad



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

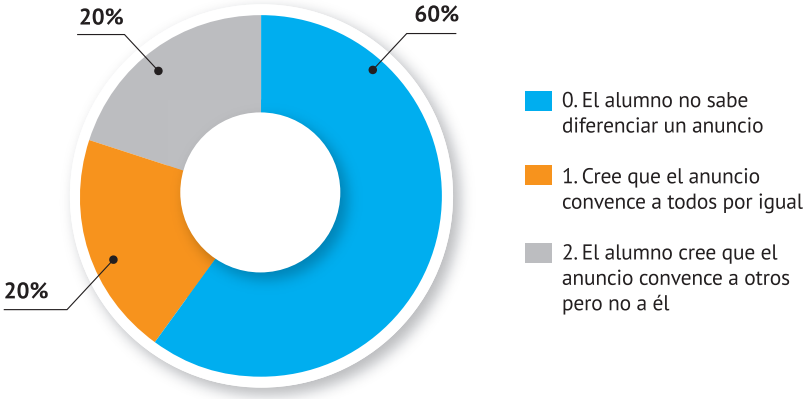
Pregunta 29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?

Al igual que la pregunta anterior esta pertenece a la **dimensión recepción e interacción**, se realizó para analizar la influencia de la publicidad en la compra de productos, el 45,5% de los estudiantes encuestados señaló que tal vez el anuncio puede influir en la compra del producto, por lo que se puede determinar un grado medio, en cuanto a la capacidad de reconocer la influencia que tienen los medios sobre nosotros, un 22,2% señaló que sí y un 32,2% que no.

Pregunta 29.2 ¿Puede influir en otras personas?

Siguiendo la línea de cuestionamiento anterior, pero esta vez en la influencia que la publicidad puede tener en otras personas, el 59,5% de los encuestados demostró no saber diferenciar la influencia que un anuncio tiene en su persona como en los demás. Se observa un nivel bajo en cuanto al discernimiento sobre la influencia que la publicidad tiene en otras personas.

Gráfico 22. Influencia de la publicidad en otras personas



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 29.3 ¿Por qué les influye?

Como podemos observar en la Tabla 15, el 51,1% de los estudiantes reconoció que el anuncio recurre principalmente a los argumentos, pero también a las emociones. Podremos hablar entonces de un nivel medio en la misma dimensión en el ámbito de análisis en el indicador de la ***capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad***.

Tabla 15. Razones de la influencia de la publicidad

	¿Por qué les influye?			
	0. El alumno no es capaz de reconocer la utilización que hace el anuncio de las emociones	**1. El alumno reconoce medianamente que el anuncio recurre principalmente a las emociones.**	**2. El alumno reconoce que el anuncio recurre principalmente a los argumentos, pero también a las emociones.**	**Total**
Público	93 24,9%	95 25,4%	186 49,7%	374 100,0%
Privado	70 27,9%	51 20,3%	130 51,8%	251 100,0%
Fiscomisional	19 23,2%	18 22,0%	45 54,9%	82 100,0%
Total	182 25,7%	164 23,2%	361 51,1%	707 100,0%

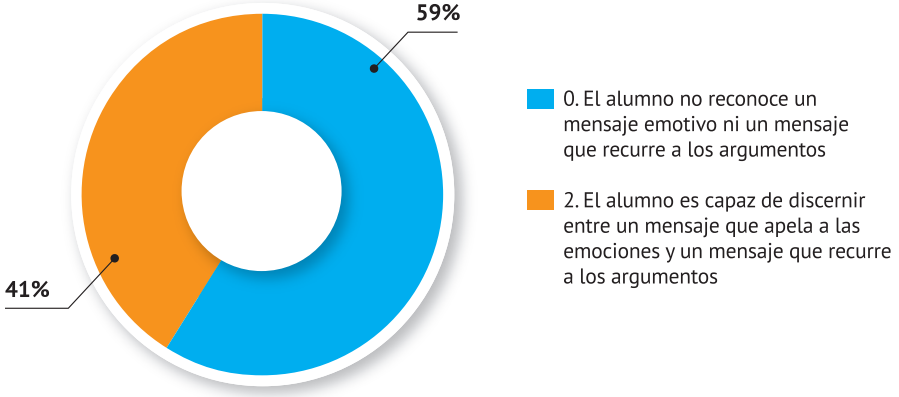
Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento del anuncio, no me estoy moviendo por emociones.

El 58,8% de los estudiantes encuestados señaló frente a esta afirmación que no sabía o estaba en desacuerdo, lo que demuestra que no reconoce un mensaje emotivo ni un mensaje que recurre a los argumentos, con esto se podría indicar un bajo nivel en la ***capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad***, nivel que en la pregunta anterior es medio en este mismo indicador dentro de la **dimensión recepción e interacción**. Este mismo resultado aplicado al indicador que mide la ***capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes,*** que pertenece a la **dimensión ideología y valores** en el ámbito del análisis, señala obviamente un nivel bajo.

Asumimos que se debe a que en la pregunta 29.3 se les preguntó ¿por qué les influye? entre las opciones la más completa, que abarcó dos opciones más, era por los argumentos y las emociones, por lo tanto responden por obviedad. Pero, en la pregunta 30 se les da un enunciado claro "si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones", con la finalidad de certificar la capacidad medida, los estudiantes tenían que contestar si estaban de acuerdo o no con el enunciado, se daba un valor de 2 puntos si estaban de acuerdo, se daba un valor de 0 a quienes estaban en desacuerdo o indicaban que no lo sabían, es decir a quienes demostraban que realmente no discernían entre argumento y emoción.

Gráfico 23. Registra o no un mensaje emotivo y/o un mensaje que recurre a los argumentos



Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

Pregunta 31. Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente

El 65,2% de los estudiantes encuestados señaló que no conocía las posibilidades de reclamo ni reaccionaba ante contenido publicitario inconveniente, con lo que se puede determinar que existe un bajo nivel en el ámbito de la expresión dentro de la **dimensión Recepción e interacción** en el indicador del ***conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.*** Este resultado refuerza lo obtenido en las preguntas 18 y 26, en ambas se obtuvo un bajo nivel como consecuencia.

Pregunta 31.1 ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?

Como vemos en la tabla 16, el 93,2% de los estudiantes indicó no conocer ni participar con las instituciones responsables al momento de entablar acciones formales en contra de la publicidad inconveniente, lo cual lleva a determinar un nivel bajo en la misma dimensión en el ámbito de la expresión con el indicador de la ***actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno***, resultado similar se obtuvo en las preguntas 13 y 13.1 al evaluar este mismo indicador, con lo que se corrobora su resultado y queda claro que los estudiantes no demostraron una actitud activa en la interacción con los medios.

Ferrés, Aguaded y García (2012, p. 35) en el estudio realizado en España ante estos resultados similares sostenían que "No solo se detectan, pues, carencias de conocimientos, sino también, y sobre todo, de actitudes (...) y que lo más importante no es conocer los organismos, sino ejercer la corresponsabilidad social sirviéndose de ellos".

Queda claro que los estudiantes saben o han escuchado que pueden denunciar o quejarse, pero pocos saben el nombre del organismo o de los organismos a los que pueden acudir. En España preocupaba más la actitud de reconocer que tenían muchos motivos para quejarse, pero no de nunca haberlo hecho.

Tabla 16. Acciones formales realizadas contra la publicidad inconveniente

	¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?		
	0. El alumno no conoce ni participa con las instituciones responsables	**2. El alumno conoce y participa activamente con las instituciones responsables**	**Total**
Público	351 93,9%	23 6,1%	374 100,0%
Privado	229 91,2%	22 8,8%	251 100,0%
Fiscomisional	79 96,3%	3 3,7%	82 100,0%
Total	659 93,2%	48 6,8%	707 100,0%

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca

2.4. Resumen general por dimensiones de los estudiantes

En términos generales los resultados sugieren un nivel medio en cuanto a la competencia mediática de los estudiantes de colegios públicos (47,94%), privados (50,15%) y fiscomisionales (44,67%), en donde se observa un rendimiento ligeramente superior es en los estudiantes de colegios privados, pero no significativo, considerando que como regla general estos estudiantes tienen mayor acceso a medios y herramientas tecnológicas.

La dimensión peor evaluada es **producción y difusión**, seguida de **recepción e interacción**, y de la dimensión **ideología y valores**, ya que en todas ellas los resultados que hemos obtenido están por debajo de la media; mientras que la dimensión **estética** obtiene los mejores resultados, seguida de **tecnología** y **lenguajes**, todas ellas con resultados ligeramente sobre la media (tabla 17), lo que permite determinar las principales falencias de los estudiantes en cuanto a sus competencias mediáticas.

Tabla 17. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio

Resultados dimensiones			
Dimensión	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
Lenguajes	57,06	**59,80**	50,70
Tecnología	58,12	**59,63**	54,27
Recepción e interacción	41,62	**44,30**	40,08
Producción y difusión	25,97	**35,72**	19,93
Ideología y valores	**44,68**	42,39	41,25
Estética	60,20	59,05	**61,78**
Porcentaje General	**47,94**	**50,15**	**44,67**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: Todos los resultados de esta tabla están expresados en porcentajes.

Si consideramos la edad, son los menores los que obtienen los resultados más bajos, aunque con poca diferencia, y reflejan en general una competencia mediática media con tendencia a baja.

Tabla 18. Resultados generales de las dimensiones por edad

Resumen dimensiones					
Dimensión	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
Lenguajes	52,86	**57,12**	59,03	59,83	59,87
Tecnología	55,55	**57,04**	59,89	60,53	60,53
Recepción e interacción	41,14	**42,16**	42,01	44,47	42,7
Producción y difusión	22,37	**27,03**	34,3	31,07	30,62
Ideología y valores	**42,42**	42,59	43,39	45,95	44,67
Estética	57,3	60,18	**60,75**	**61,12**	**61,5**
Suma porcentajes	**271,64**	**286,12**	**299,37**	**302,97**	**299,89**
Porcentaje General	**45,27**	**47,69**	**49,90**	**50,50**	**49,98**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: Todos los resultados de esta tabla están expresados en porcentajes.

Las mujeres tienen resultados ligeramente inferiores que los hombres (tabla 19), y en ambos casos se refleja una competencia mediática media con tendencia a baja, lo que corrobora la información previamente analizada.

Tabla 19. Resultados generales de las dimensiones por género

Resumen dimensiones		
Dimensión	**Masculino**	**Femenino**
Lenguajes	59,88	55,40
Tecnología	59,86	56,91
Recepción e interacción	44,74	40,53
Producción y difusión	27,87	29,43
Ideología y valores	43,40	43,54
Estética	58,58	61,08
Suma porcentajes	294,33	286,89
Porcentaje General	**49,06**	**47,82**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: Todos los resultados de esta tabla están expresados en porcentajes.

2.5. Conclusiones y recomendaciones

A continuación se encuentran las conclusiones generales sobre el nivel de competencia acorde a las seis dimensiones, conjuntamente con las recomendaciones que las autoras sugieren, si usted necesita hacer un análisis más exhaustivo puede acceder directamente a los anexos del final, entre paréntesis encontrará el link que lo lleva a cada anexo, donde están las tablas con los resultados por cada dimensión con las preguntas que las medían, al igual que la diferenciación por tipo de colegio, edad y género.

- En la dimensión **lenguajes** los estudiantes de los colegios fiscomisionales tienen el rendimiento más bajo en casi todas las preguntas (anexo 3.1) lo que amerita tomar en consideración al evaluar los contenidos impartidos en estas instituciones en relación con los distintos lenguajes tecnológicos, su codificación y decodificación.

  El rendimiento general de la dimensión lenguajes está sobre la media. Los resultados nos demuestran una mediana competencia ya que los estudiantes no siempre comprenden la información transmitida por diferentes códigos y lenguajes que componen los mensajes de los medios; aunque en el ejercicio práctico realizado con un fragmento de película (Pregunta 16), pueden identificar bastante bien el significado que aportan los diferentes lenguajes, lo que evidencia una brecha entre sus conocimientos teóricos versus la aplicación práctica.

Si bien casi todos los estudiantes han editado imágenes, audio o video con algún programa, estos generalmente son los más simples de su categoría, como por ejemplo *Paint* o *Movie Maker*, por lo que no se desarrollan verdaderamente las destrezas de los estudiantes para una mayor y mejor expresión a través de los distintos lenguajes disponibles, este evidentemente es un proceso paulatino, pero necesario para lograr un mayor desarrollo de destrezas que les haga más competentes.

En cuanto a la edad, los resultados demuestran que los estudiantes menores, especialmente los de 14 años, tienen un rendimiento más bajo, lo cual no nos llama la atención ya que el resultado obedece a procesos de aprendizaje en los que sus compañeros mayores han tenido más tiempo para desarrollarse.

Así también observamos que los estudiantes varones tienen un desempeño ligeramente superior que las estudiantes de género femenino, especialmente en el uso de herramientas de edición, en el cual los hombres conocen y utilizan mayor cantidad de programas de edición de imágenes, audio y video (pregunta 23.1), en las demás preguntas la diferencia de resultados por género es menor. Vale indicar que la capacitación recibida es la misma para ambos grupos, sin embargo los hombres demuestran mayor interés en los lenguajes tecnológicos.

- La segunda dimensión mejor evaluada es la **tecnología** (anexo 3.2), en la que en general los estudiantes obtienen resultados medios, aunque ligeramente inferiores en los estudiantes de colegios fiscomisionales, lo que tiene sentido ya que estos mismos estudiantes no comprenden totalmente los lenguajes tecnológicos a los que están expuestos como se aprecia en el análisis de la dimensión lenguaje.

  Los estudiantes conocen medianamente cuál es la mecánica detrás de actividades como crear contenidos en *Wikipedia*, subir archivos a *YouTube* o mantener un blog, sin embargo, son actividades que la gran mayoría no ha realizado, por lo que en términos generales no utilizan el Internet para generar contenido, lo que hace posible una comunicación multimodal y multimedia.

  Debido a que los estudiantes utilizan mucho las redes sociales, se debería aprovechar las oportunidades que ellas presentan para reforzar a través de sus herramientas y contenido las competencias de los estudiantes, ya que su uso es constante y voluntario.

  La exposición a la tecnología y sobre todo el uso de redes sociales, hace que en esta dimensión no se note mayor diferencia en los resultados tomando como referencia

la edad de los encuestados, lo que se puede aprovechar para que desde jóvenes prepararemos a los estudiantes en sus competencias mediáticas especialmente a través de las redes sociales a las que tan expuestos están.

Si bien los hombres tienen mayor conocimiento de la mecánica de las herramientas tecnológicas, son las mujeres quienes más usan las redes sociales y de más variadas características, lo que refuerza el hecho de que pueden ser estas redes sociales importantes herramientas de enseñanza.

- La dimensión **recepción e interacción** es una de las dimensiones peor evaluadas (anexo 3.3), preocupa la aparente indiferencia de los jóvenes frente a temas sociales y/o políticos en los que podrían tener una actitud más activa con todas las facilidades que las nuevas herramientas tecnológicas ponen a su alcance.

  Asimismo son muy pocos los estudiantes que afirman haber denunciado o presentado alguna queja en relación a imágenes, vídeos, información u otras publicaciones difundidas en la web o emitidas en algún medio de comunicación. Se recomienda difundir los canales que los estudiantes pueden utilizar para realizar estas denuncias, ya que no siempre es únicamente la apatía la que hace que los estudiantes no se quejen, pero además es importante que los jóvenes tomen consciencia de su deber como ciudadanos del mundo, como por ejemplo considerar la opción de participar en debates de interés colectivo.

  En los resultados generales no observamos una variación significativa en función de la edad de los estudiantes, hay picos en ciertos resultados, pero en términos generales son uniformes en cuanto a una mediana competencia en esta dimensión por lo que habría que preocuparse de mejorar la competencia a todos los grupos etarios por igual.

  Puede ser que la ventaja que tienen los hombres en cuanto al conocimiento y manejo de los medios les dé mayor confianza al momento de utilizar la tecnología para expresar su posición en diversos temas de interés colectivo, de ahí que su puntaje es ligeramente superior que el de las mujeres (44.74% vs 40,53%).

- La dimensión **producción y difusión** es la peor evaluada (anexo 3.4); el nivel de dificultad de las preguntas de esta categoría es superior y exige se demuestren los conocimientos, lo que evidentemente afecta los resultados de manera negativa, pero a su vez refleja resultados más honestos que posiblemente nos exija buscar esa demostración de conocimientos en más preguntas de las otras categorías medidas.

Los estudiantes más jóvenes presentan mayor dificultad en esta categoría, lo cual resulta lógico debido a que con el paso del tiempo adquieren mayores conocimientos, habilidades y destrezas que se reflejan en una mayor competencia mediática.

En esta dimensión son las mujeres quienes obtienen resultados ligeramente superiores a los hombres, aunque en ambos casos bastante bajos. Lo que preocupa es que por lo práctico de las preguntas sus respuestas son más honestas, lo que implicaría que la competencia mediática del universo estudiado es inferior de lo que se cree.

- En la dimensión **ideología y valores** resultan muy bajos los resultados (anexo 3.5) que reflejan la capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos de manera responsable en la cultura y en la sociedad, es indispensable que se encuentre la manera de lograr que los estudiantes utilicen las nuevas herramientas tecnológicas a partir de una educación firme en los valores que a veces al parecer se debilitan en nuestra sociedad.

  Resulta evidente además que hay que reforzar la capacidad de los estudiantes para evaluar la fiabilidad de las fuentes de información que utilizan, y fortalecer los criterios de elección de páginas web de consulta para obtener una mayor eficacia en torno a las investigaciones que realizan y a las fuentes de las que obtienen información, en las que muchas veces basan sus opiniones sobre la realidad local, regional y global.

- La dimensión **estética** es la mejor evaluada (anexo 3.6), aunque sus resultados se limitan únicamente a tres preguntas, lo que no permite profundizar en sus resultados, más aún, la pregunta peor evaluada es la de mayor dificultad (pregunta 22), en la que se miden conocimientos más que opiniones, lo que implicaría que esta dimensión debe evaluarse con mayor profundidad o directamente recibir un mismo nivel de capacitación de las otras dimensiones para mejorar la competencia mediática de los estudiantes.

- Como vemos son los estudiantes de los colegios privados los que mejores resultados obtienen en este estudio, sin embargo estos resultados no reflejan la ventaja tecnológica que tienen frente a los estudiantes de los otros colegios en cuanto a facilidad y tiempo de acceso a herramientas tecnológicas, lo cual demuestra el interés de unos y la parcial apatía de otros.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS
Casa Editora

Informe de resultados de la competencia mediática de los profesores

Capítulo

3

Casa Editora
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS

Para la lectura de los resultados es importante conocer cómo estuvo conformada la muestra de estudio, en cuanto a edad, género y tipo de establecimiento, a más de los años de docencia, el nivel en el que impartían clases, y el estado de formación en comunicación audiovisual. En el cuestionario las preguntas de la 1 a la 8 correspondían a esta información (anexo 2).

Con esta información se puede continuar con los resultados del cuestionario, se muestra en orden cada pregunta, qué indicadores consideraban, y a qué dimensión o dimensiones pertenecían. Aquí el orden facilita la lectura, la numeración de las preguntas coincidieron con cada dimensión en bloque, sólo dos preguntas midieron más de un indicador de diferentes dimensiones.

3.1. Datos demográficos y de pertinencia

Santibáñez y Masanet en su estudio que analizaba el valor que los futuros maestros otorgan a la educación en competencia mediática, enfatizaban la importancia del docente como unidad de análisis en esta línea de investigación, al indicar que "los profesores destacan entre los agentes educativos a través de los cuales se ha de llegar a adquirir la competencia mediática por el alumnado" (2012, p. 1), lo que para quienes investigamos en esta línea sabemos que es totalmente cierto, pues el nivel de un docente en materia audiovisual y digital, tanto como su concepción de qué tan importante es la educación en competencia mediática es primordial para analizar el nivel en general, sus dimensiones e indicadores.

Esta información puede servir para identificar falencias en los planes de estudio y reforzarlos, pero sobre todo para planificar investigaciones multidisciplinarias y evaluar qué dimensiones se contemplan actualmente en los planes existentes, tanto en las escuelas, en los colegios, en las universidades y sobre todo, en el plan curricular de los futuros docentes, quienes tendrán la tarea de educar en competencia mediática.

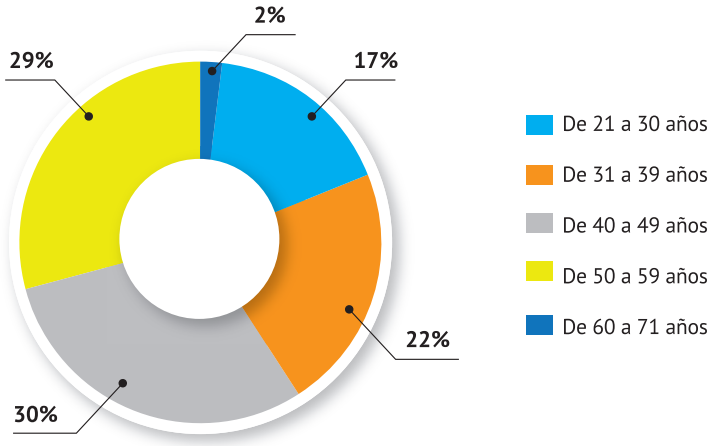
En la presente investigación se encuestó a 355 profesores de colegios públicos, privados y fiscomisionales del distrito sur de la ciudad de Cuenca, para determinar su nivel de competencia mediática. A continuación veremos cómo estuvo distribuida la muestra en cuanto a género, edad, años de docencia y el nivel en el que imparten clases los profesores que contestaron la encuesta:

Tabla 20. Edad y género de los docentes

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
Edades de los docentes	De 21 a 30 años	26	35	61
	De 31 a 39 años	36	41	77
	De 40 a 49 años	53	53	106
	De 50 a 59 años	50	52	102
	De 60 a 71 años	5	4	9
	Total	**170**	**185**	**355**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Gráfico 24. Edad de los docentes



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

De los 355 docentes encuestados, cerca del 60% se encontraba en dos grupos etarios, el comprendido entre 40 a 49 años (30%), y el de 50 y 59 (29%) años.

En cuanto a género, tuvimos una ligera mayoría femenina (52%) entre los docentes encuestados.

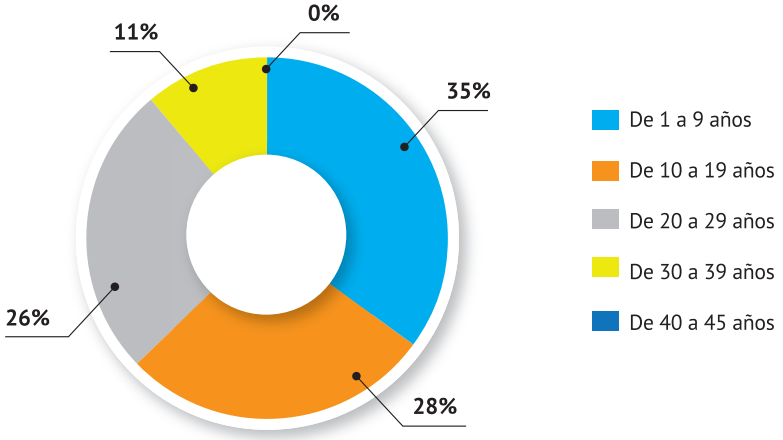
Al consultar sobre los años de docencia, obtuvimos los siguientes resultados.

Tabla 21. Años de docencia

	¿Cuántas redes sociales utilizas?					
	De 1 a 9 años de docencia	De 10 a 19 años de docencia	De 20 a 29 años de docencia	De 30 a 39 años de docencia	De 40 a 45 años de docencia	Total
Público	44	30	50	28	0	152
	28,9%	19,7%	32,9%	18,4%	,0%	100,0%
Privado	63	61	36	6	2	168
	37,5%	36,3%	21,4%	3,6%	1,2%	100,0%
Fiscomisional	16	9	5	5	0	35
	45,7%	25,7%	14,3%	14,3%	,0%	100,0%
Total	123	100	91	39	2	355
	34,6%	28,2%	25,6%	11,0%	,6%	100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Gráfico 25. Años de docencia



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Cerca del 63% de los encuestados (223 profesores) tenía menos de 20 años de experiencia docente, tendencia que se manifestó sobre todo en los colegios privados y fiscomisionales, mientras que en los colegios públicos el grupo más numeroso en cuanto a años de experiencia (50 docentes) tenía entre 20 y 29 años de experiencia en la enseñanza.

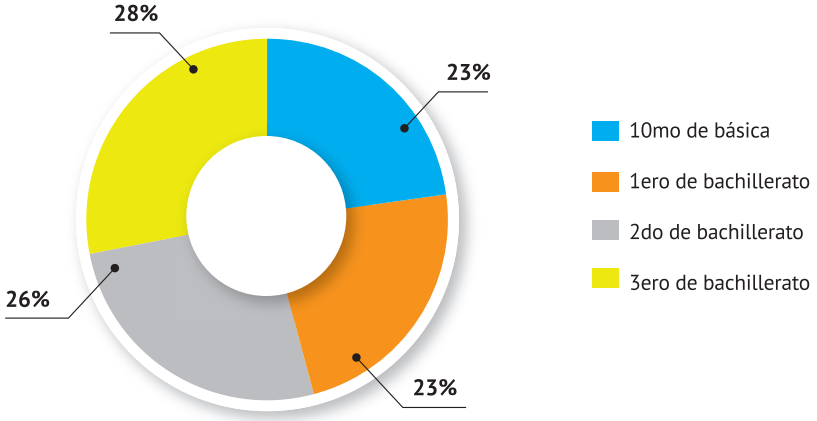
En cuanto al principal nivel en el que los encuestados enseñaban, nuestra muestra estuvo compuesta de la siguiente manera:

Tabla 22. Nivel en el que los docentes imparten clase

	¿Cuántas redes sociales utilizas?				Total
	10mo de Educación básica	1er año de Bachillerato	2do año de Bachillerato	3er año de Bachillerato	
Público	23	40	45	44	152
	15,1%	26,3%	29,6%	28,9%	100,0%
Privado	51	30	43	44	168
	30,4%	17,9%	25,6%	26,2%	100,0%
Fiscomisional	6	11	6	12	35
	17,1%	31,4%	17,1%	34,3%	100,0%
Total	80	81	94	100	355
	22,5%	22,8%	26,5%	28,2%	100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Gráfico 26. Nivel en el que los docentes imparten clase



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Como se puede apreciar, la muestra de los 355 docentes encuestados estuvo repartida de manera bastante equitativa entre los cuatro niveles de enseñanza objeto de esta investigación, con una ligera mayoría para segundo (26,5%) y tercero (28,2) de bachillerato.

3.2. Nivel de formación recibida en comunicación audiovisual y digital de los profesores de los colegios públicos, privados y fiscomisionales del distrito sur la ciudad de Cuenca

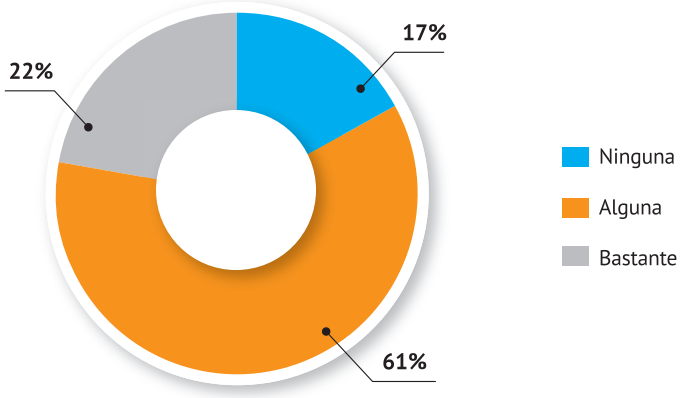
Al consultar sobre el grado de formación recibida por los docentes en comunicación audiovisual y digital, las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 23. Grado de formación audiovisual y digital

	Grado de Formación recibida en comunicación audiovisual y digital			Total
	Ninguna	Alguna	Bastante	
Público	39	90	23	152
	25,7%	59,2%	15,1%	100,0%
Privado	20	106	42	168
	11,9%	63,1%	25,0%	100,0%
Fiscomisional	3	20	12	35
	8,6%	57,1%	34,3%	100,0%
Total	62	216	77	355
	17,5%	**60,8%**	21,7%	100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Gráfico 27. Grado de formación audiovisual y digital



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Como podemos observar, la gran mayoría de docentes (60,8%) indicó tener alguna formación en comunicación audiovisual y digital; aunque, aún casi uno de cada cinco profesores (17,5%) señaló no haber recibido dicha formación.

En el transcurso de la presentación de cada una de las preguntas del cuestionario, usted lector encontrará la interpretación y la explicación gráfica de los datos numéricos, para finalizar usted puede encontrar en el anexo 4 un resumen analítico de lo obtenido en cada una de las dimensiones analizadas. Le sugerimos que para un entendimiento más profundo de los resultados, se puede remitir a las encuestas que se utilizaron, ahí están las opciones de respuestas a cada pregunta, que no se refleja de igual manera en la presentación, ya que en el procedimiento se consideró el nivel de dominio y diversos criterios para la puntuación.

3.3. Análisis de los resultados de las encuestas de los profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones

La **dimensión tecnología** fue analizada con las preguntas 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 y 18 del cuestionario aplicado, es decir el grado de competencia que los profesores tienen en cuanto al manejo de herramientas tecnológicas sencillas utilizadas en la comunicación audiovisual dentro y fuera del aula.

Pregunta 9. ¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta en su institución educativa?

La gran mayoría de los docentes encuestados (85,1%) consideraron que sus instituciones cuentan con recursos tecnológicos básicos, tan solo un 13,8% pensó que su institución cuenta con recursos de alta tecnología, la mayoría de ellos pertenecían a colegios públicos.

Por recursos tecnológicos básicos entendemos computadoras y proyectores. Se constató al realizar la investigación que muchos de los centros educativos tienen graves problemas en cuanto al acceso a internet, y muy pocos tienen disponibles algunas pizarras digitales interactivas o *tablet* para el uso de sus docentes, aunque en todos los centros manifiestan que en la actualidad cuentan con más recursos tecnológicos que en el pasado.

Tabla 24. Recursos tecnológicos con los que cuenta en su institución educativa

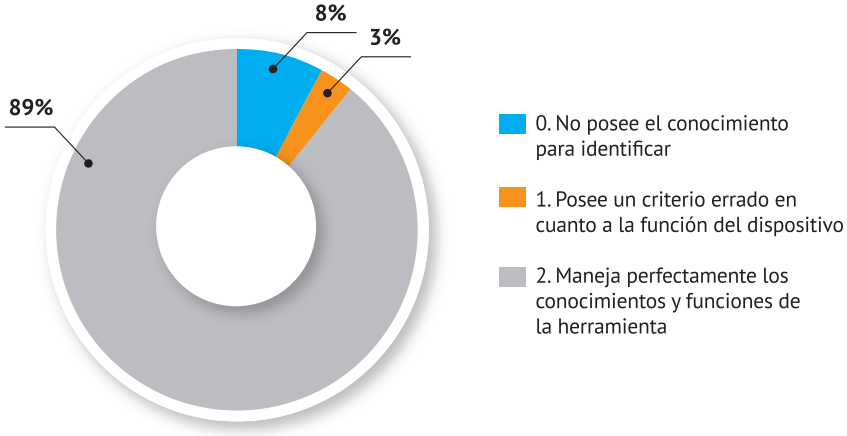
	¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta su institución educativa?			
	0. La institución no cuenta con ninguna herramienta tecnológica	**1. Posee recursos básicos**	**2. Cuenta con recursos de alta tecnología**	**Total**
Público	3 2,0%	115 75,7%	34 22,4%	152 100,0%
Privado	1 ,6%	156 92,9%	11 6,5%	168 100,0%
Fiscomisional	0 ,0%	31 88,6%	4 11,4%	35 100,0%
Total	4 1,1%	**302** **85,1%**	**49** **13,8%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 10. ¿Una *tablet* permite almacenar, procesar la información y acceder a Internet?

La gran mayoría de los docentes encuestados (88,5%), conocen perfectamente el uso y funciones de una ***tablet***, con lo que se puede afirmar que existe un alto nivel en el indicador de la ***capacidad de manejo de los dispositivos y las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial,*** del ámbito de análisis de la **dimensión tecnología.**

Gráfico 28. Conocimiento de uso y funciones de una *tablet*



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 11. *Google, Safari, Bing o Yahoo!...* ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?

El 53,8% de los docentes encuestados (191) no pudo distinguir entre los distintos navegadores, en términos generales, los docentes de los colegios fiscomisionales obtuvieron los resultados más bajos en esta pregunta.

Podemos afirmar un nivel medio en el ámbito de la expresión referente a la ***capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal***, capacidad que por su importancia revela una de las áreas que debe ser tomada en cuenta al momento de planificar los talleres de capacitación docente, más aún si la Constitución de la República del Ecuador y la LOEI, como vimos anteriormente, señalan como responsabilidad incorporar las TIC en el proceso educativo para un fin académico, productivo y social, y además garantizar la alfabetización digital, es decir educar en nuevos medios (Asamblea Constitucional del Ecuador, 2008); (LOEI, 2011).

Tabla 25. Conocimiento sobre navegadores de Internet

	¿Google, Safari, Bing o Yahoo!... Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?			Total
	0. El profesor no sabe distinguir las herramientas o navegadores.	1. No puede distinguir los navegadores.	2. Conoce perfectamente los navegadores y los maneja bien.	
Público	19 12,5%	77 50,7%	56 36,8%	152 100,0%
Privado	14 8,3%	96 57,1%	58 34,5%	168 100,0%
Fiscomisional	9 25,7%	18 51,4%	8 22,9%	35 100,0%
Total	42 11,8%	**191** **53,8%**	122 34,4%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 12. ¿Usar el GPS en la telefonía móvil permite la localización exacta de su ubicación?

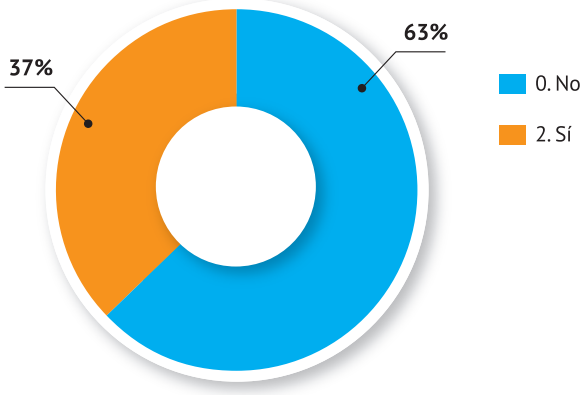
El 87,6% de los encuestados indicó comprender bien la herramienta tecnológica del GPS y sus funciones, por lo que el resultado apunta hacia un alto nivel dentro de esta dimensión en el indicador de la ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial***. Claro que no es concluyente, aunque da indicios favorables. El resultado de los profesores de colegios privados es marginalmente superior que el de los otros colegios.

Es de esperar que esta situación mejore en un mediano o corto plazo ya que el artículo 5 de las regulaciones para el uso de teléfonos celulares en las instituciones educativas expresa que: "Los docentes contarán con capacitación en el uso de tecnologías de la información y comunicación en educación, para que, en un marco colaborativo, se incorpore su utilización en el proceso educativo" (Ministerio de Educación, 2014).

Pregunta 13. ¿Posee un *Smartphone*?

La mayoría de los profesores encuestados no tenía un ***Smartphone***, lo que nos lleva a suponer que esto dificulta la utilización de la herramienta en el aula, más aún si tenemos en cuenta que las regulaciones para el uso de teléfonos celulares en las instituciones educativas en su artículo 1, manifiesta que "Los teléfonos celulares, al igual que otros recursos tecnológicos de información y comunicación, pueden ser empleados como instrumentos opcionales generadores de aprendizajes dentro y fuera del aula" (Ministerio de Educación, 2014), y que cada vez es mayor el número de estudiantes que cuenta con teléfonos inteligentes.

Gráfico 29. Posee un *Smartphone*



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 14. ¿Para qué utiliza un *Smartphone*?

A los usuarios de Smartphone (130) se les preguntó sobre los usos que dan a su teléfono inteligente, el 60% indicó que sí aprovechaban todas las funciones de la herramienta, frente a un 35,4% que utilizaba solo algunas y frente a un 4,6% que solo realizaba funciones básicas.

Actualmente es el ***Smartphone*** el medio que permite el acceso a internet, América del Sur es la segunda región del mundo con mayor penetración de móviles (ditrendia, 2015), en Ecuador en el 2012 el 16,9% de personas poseía uno, frente a un 8,4% del 2011, el aumento es considerable (ecuadorencifras.gob.ec, 2013), su uso se extiende más allá de las llamadas y mensajes SMS, ahora la mensajería instantánea es la que se usa de manera preferente, por ejemplo en España el 77% mensajea de manera instantánea por lo menos una vez a la semana, es la tasa más alta entre los países desarrollados (ditrendia, 2015) a más de todo esto están las apps, cada día tenemos más aplicaciones novedosas y va en aumento, en América del Sur, crece el uso para el entretenimiento y sobre todo para ver vídeos (comScore, 2015), el fácil acceso que permite a las redes sociales, el ***Mobile-commerce***, todo se puede comprar desde el teléfono, hasta pagar con él. Las tendencias van más allá y el mismo estudio de Informe ditrendia, indica que para este año 2016, la mitad de la población tendrá un ***Smartphone***.

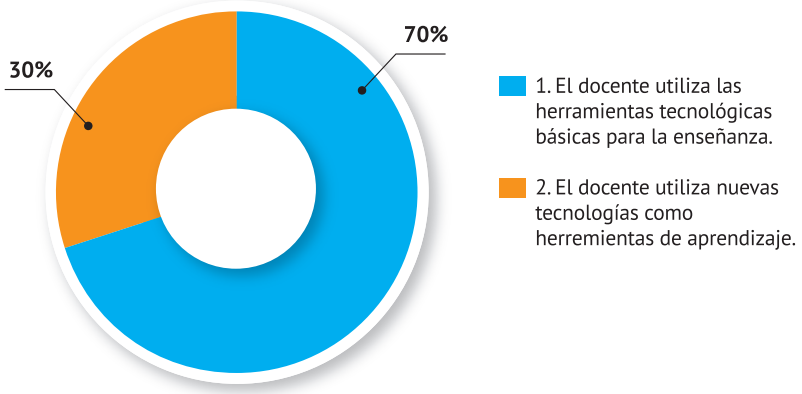
Ilustración 5. Usos de un *Smartphone*



Pregunta 15. Los recursos educativos que utilizo con mis alumnos son:

El 70,1% de los profesores encuestados señaló utilizar herramientas tecnológicas básicas para la enseñanza, por lo que podemos decir que existe un nivel medio con tendencia a la baja en cuanto a la ***capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hace posible una comunicación multimodal y multimedia***. A pesar de que en la pregunta 12, que mide este mismo indicador, el nivel es alto; en esta pregunta, al aplicar los recursos en el aula el nivel disminuye a medio, lo que lleva a suponer que de la mano de los recursos necesarios en los colegios, está la necesidad de capacitación y orientación a la aplicación y uso de la tecnología en el aula.

Gráfico 30. Recursos educativos que utiliza con los alumnos



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 16. ¿Conoce las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa?

El 59,2% de los docentes encuestados no conocía las herramientas de control de contenidos de Internet de la institución educativa en la que trabajaban, lo que muestra un nivel medio en el indicador de la ***compresión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos***. Los profesores encuestados de colegios privados y fiscomisionales tenían mayor conocimiento de estas herramientas que los de los colegios públicos.

Tabla 26. Conocimiento de las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa

	Conoce las herramientas para el control de los contenidos de Internet de la institución educativa		Total
	0. El docente no reconoce las herramientas de control de contenidos.	2. El docente es capaz de identificar las herramientas para el control de los contenidos.	
Público	101 66,4%	51 33,6%	152 100,0%
Privado	90 53,6%	78 46,4%	168 100,0%
Fiscomisional	19 54,3%	16 45,7%	35 100,0%
Total	210 59,2%	**145** **40,8%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 17. ¿Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos?

El 50,1% de los encuestados expresó no conocer el programa *Movie Maker*, lo que implica un nivel medio en el indicador de la ***comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos***. Se utilizó como objeto de análisis este programa informático al ser una herramienta básica de edición que viene preinstalada en los ordenadores PC. El resultado de esta pregunta coincide con el de la pregunta 16 que mide el mismo indicador.

El rendimiento más bajo en esta pregunta lo obtienen los profesores de los colegios públicos.

Tabla 27. Conocimiento del programa *Movie Maker*

	***Movie Maker* es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos**		**Total**
	0. El docente no conoce del programa.	**2. El docente identifica el programa informático.**	
Público	91 59,9%	61 40,1%	152 100,0%
Privado	71 42,3%	97 57,7%	168 100,0%
Fiscomisional	16 45,7%	19 54,3%	35 100,0%
Total	178 50,1%	**177** **49,9%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 18. ¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (*PhotoShop, Paint, etc.*)?

Al analizar los resultados de esta pregunta vemos que el 43,1% de los profesores encuestados, poseía conocimientos mínimos en cuanto al uso de herramientas para manipular imágenes, tales como *Photoshop* y *Paint*, por lo que se puede afirmar que en el ámbito de la expresión en esta categoría, existe un nivel medio en el indicador de la ***capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construye las representaciones de la realidad***. Los profesores que obtuvieron un mejor rendimiento en esta pregunta son los de los colegios fiscomisionales.

Tabla 28. Capacidad de transformar imágenes

	¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (*Photoshop, Paint, etc.*)?			Total
	0. No es capaz	1. Tiene conocimientos mínimos	2. Conoce y utiliza la herramienta para manipular imágenes	
Público	54 35,5%	70 46,1%	28 18,4%	152 100,0%
Privado	46 27,4%	69 41,1%	53 31,5%	168 100,0%
Fiscomisional	7 20,0%	14 40,0%	14 40,0%	35 100,0%
Total	107 30,1%	**153** **43,1%**	**95** **26,8%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

La **dimensión lenguaje** en los docentes del distrito sur de la ciudad de Cuenca se analizaron con las preguntas 19, 20 y 21 del cuestionario aplicado, es decir el nivel de comprensión que los profesores tienen de los diferentes códigos de lenguaje audiovisual.

Pregunta 19. En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, informal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor?

Como podemos observar, 53,5% de los docentes encuestados (190 de 355), manifestó que su interpretación de los códigos y registros de los medios es escasa, mientras que tan solo el 29% indicó que puede interpretar y valorar perfectamente estos códigos y registros, entre los cuales destacaron con un 45,7% los profesores de colegios fiscomisionales, seguidos por los profesores de colegios privados con un 32.1% y finalmente de públicos con un 21,7%. Entre los profesores que indicaron no conocer ni detectar los distintos códigos y registros de los medios (17,5%), sobresalieron los profesores de los colegios públicos con un 23,7%, y el tipo de institución que mejor desempeño tuvo en esta categoría es la de los colegios fiscomisionales con un 8,6%.

Los resultados demostraron que en general existe un resultado medio en el indicador de la ***capacidad para interpretar y valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje***, a sabiendas de que el resultado de los docentes de colegios fiscomisionales fue superior al de los públicos y privados participantes en el estudio.

Tabla 29. Distinción de los diferentes códigos y registros utilizados por el emisor

	En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿Distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor?			Total
	0. No detecta ni conoce.	1. La interpretación de los códigos y registros es escasa.	2. Interpreta y valora perfectamente los códigos de los medios.	
Público	36 23,7%	83 54,6%	33 21,7%	152 100,0%
Privado	23 13,7%	91 54,2%	54 32,1%	168 100,0%
Fiscomisional	3 8,6%	16 45,7%	16 45,7%	35 100,0%
Total	62 17,5%	**190** **53,5%**	103 29,0%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 20. ¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?

El 52,4% de los encuestados (186 de 355) señalaron no contar con la capacidad suficiente para comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, destinatario o la finalidad del mensaje. Entre aquellos que sabían perfectamente qué medios usar y cómo usarlos según el contexto.

Se puede hablar de un nivel medio en cuanto a la ***capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato*** de los distintos medios de comunicación, sin dejar de rescatar que el resultado en los colegios privados y fiscomisionales en cuanto a esta competencia es mediana con tendencia a alta.

Tabla 30. Capacidad de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, destinatario o la finalidad del mensaje

	¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?			
	0. El profesor no posee la capacidad para transmitir a través de los medios según el contexto.	**1. No cuenta con la capacidad suficiente.**	**2. Sabe perfectamente que medios usar y cómo usarlos según el contexto.**	**Total**
Público	23 15,1%	94 61,8%	35 23,0%	152 100,0%
Privado	19 11,3%	76 45,2%	73 43,5%	168 100,0%
Fiscomisional	5 14,3%	16 45,7%	14 40,0%	35 100,0%
Total	47 13,2%	**186** **52,4%**	122 34,4%	355 100,0%

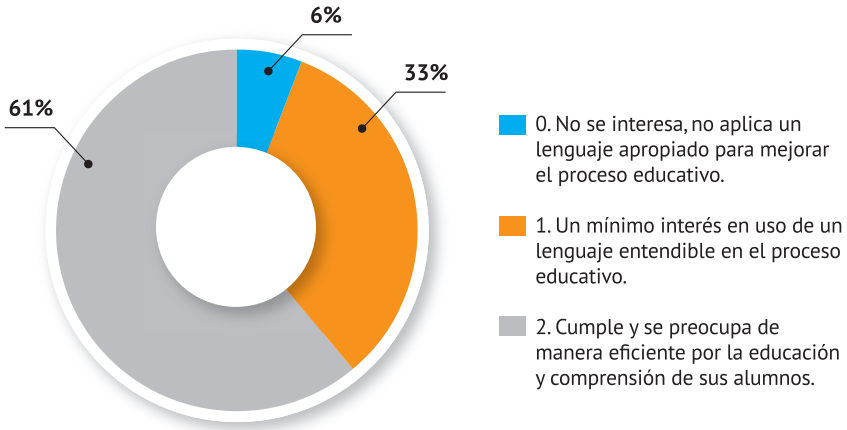
Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 21. ¿Se preocupa por usar convenientemente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo?

Como se puede observar, los resultados indicaron que el 61,1% de los profesores encuestados se preocupaba por utilizar de manera conveniente diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.

Los resultados apuntan hacia un alto nivel en este ámbito de análisis referente a la ***capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje***, a pesar de que la competencia en este mismo apartado en la pregunta 19 resultó ser mediana, lo que indicaría mayor dificultad en cuanto a la distinción de los diferentes códigos y registros utilizados por el emisor que se aclara para fines prácticos al usar de manera conveniente diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo.

Gráfico 31. Uso de diferentes modos de comunicación para mejorar el proceso educativo



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Las preguntas que midieron el nivel de comprensión de los profesores acorde a la **dimensión Producción y difusión** son la 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 y 29, esta última pregunta (29) midió además un indicador de la **dimensión Recepción e Interacción**.

Pregunta 22. ¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal?

Tenemos que el 82,3% de los encuestados desconocía si existe un sistema de regulación audiovisual en el ámbito estatal, con lo que hablamos de un bajo nivel en el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, colectivos y asociaciones, cumplir y tener una actitud responsable ante ellos***. Los profesores que más baja competencia demostraron en este indicador son los de los colegios fiscomisionales.

Ecuador cuenta con una Ley Orgánica de Comunicación (LOC, 2013), además de su Reglamento (Correa, 2014) y de instituciones como el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, en los que se puede encontrar información pertinente a esta pregunta y que ignoran la gran mayoría de los docentes colegiales del estudio.

Tabla 31. Conocimiento de Consejo Audiovisual de ámbito estatal

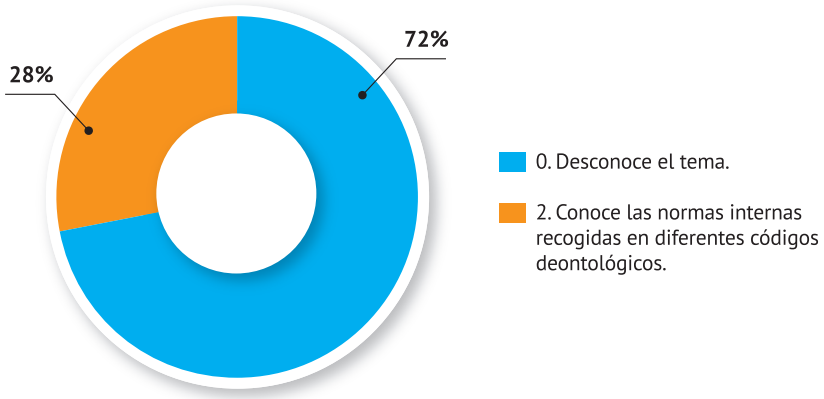
	¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal?		Total
	0. Desconoce si existe un sistema de regulación.	2. Conoce la existencia del sistema de regulación.	
Público	125 82,2%	27 17,8%	152 100,0%
Privado	135 80,4%	33 19,6%	168 100,0%
Fiscomisional	32 91,4%	3 8,6%	35 100,0%
Total	292 82,3%	**63** **17,7%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 23. Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos?

El 72,4% de los encuestados desconocía si las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos, lo que demuestra un bajo nivel en el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, colectivos y asociaciones, cumplir y tener una actitud responsable ante ellos***. Este resultado corrobora el obtenido en la pregunta 22 que mide este mismo indicador y obtuvo igual resultado.

Gráfico 32. Conocimiento de códigos deontológicos en agencias de publicidad



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

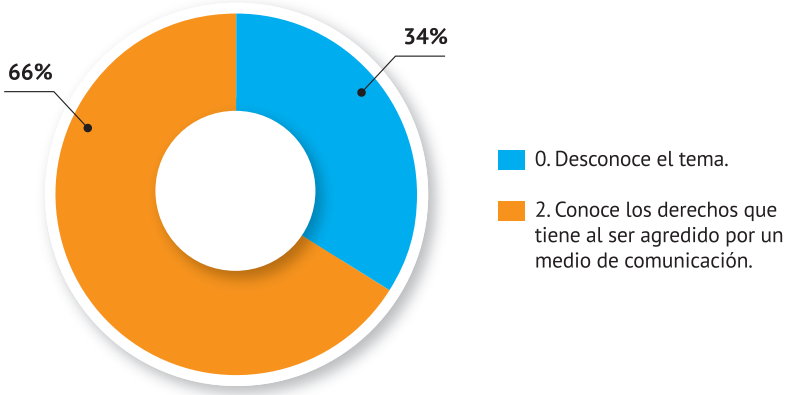
Pregunta 24. ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?

La mayoría de los profesores encuestados (65,6%) señaló conocer los derechos que tienen al ser agredidos por un medio de comunicación, es decir sabrían a qué organismo acudir cuando perciben algo insultante, injurioso o delictivo en los medios de comunicación, lo que implicaría un nivel alto en el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos***.

Vale la pena decir que este mismo indicador obtuvo baja competencia al ser valorado en las preguntas 22 y 23, lo que nos demuestra que dicho conocimiento es selectivo y que hay áreas más fuertes que otras, por lo que habría que reforzar aquellas que han demostrado mayor desconocimiento por parte de los profesores.

En todo caso no estaría por demás reforzar sobre los procedimientos para presentar quejas en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM, 2013).

Gráfico 33. Conocimiento de organismo al que acudir cuando percibe algo insultante, injurioso o delictivo en los medios de comunicación.



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 25. En nuestro país, ¿existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?

El 78% de los profesores encuestados conocía la existencia de un organismo de regulación para proteger a la infancia de contenidos mediáticos, lo que implicaría nuevamente un alto nivel en el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos***.

Con este resultado se encontraron dos preguntas (22 y 23) cuyo resultado refleja baja competencia en este indicador, y dos preguntas (24 y 25) cuyo resultado refleja alta competencia en el mismo indicador, lo que nos lleva a suponer que el conocimiento que los profesores tienen de los códigos de regulación y de autorregulación de los autores mediáticos, es selectivo, y que hay áreas más fuertes que otras, por lo que habría que reforzar aquellas que han demostrado mayor desconocimiento por parte de los profesores. En esta pregunta el rendimiento de los profesores de colegios fiscomisionales es ligeramente superior que el de los profesores de colegios privados y públicos.

Tabla 32. Conocimiento sobre legislación para proteger a la infancia de contenidos mediáticos

	En nuestro país ¿Existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?		Total
	0. Desconoce el tema	2. Conoce la existencia del organismo de regulación.	
Público	36 23,7%	116 76,3%	152 100,0%
Privado	37 22,0%	131 78,0%	168 100,0%
Fiscomisional	5 14,3%	30 85,7%	35 100,0%
Total	78 22,0%	**277** **78,0%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 26. ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

Al consultarles sobre el conocimiento que poseían de la privacidad en redes sociales, el 61,1% de ellos desconocía cómo manejar la privacidad de las redes sociales, lo que indica un nivel medio en el indicador de la ***capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos***.

Cabe mencionar que casi la mitad de profesores de colegios fiscomisionales señaló manejar con responsabilidad los permisos de las redes sociales, así como más del 40% de los profesores de colegios privados.

La información sobre la privacidad de las redes sociales suele estar disponible con facilidad dentro de las mismas redes, en configuración o ajustes.

Tabla 33. Conocimiento sobre privacidad en redes sociales

	¿En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos existe un Consejo Audiovisual de ámbito estatal?		Total
	0. Desconoce cómo manejar la privacidad de las redes sociales.	2. Maneja con responsabilidad los permisos de las redes sociales	
Público	101 66,4%	51 33,6%	152 100,0%
Privado	98 58,3%	70 41,7%	168 100,0%
Fiscomisional	18 51,4%	17 48,6%	35 100,0%
Total	217 61,1%	**138** **38,9%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 27. *¿Creative Commons* es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?

El 84,5% de los encuestados desconocía la herramienta *Creative Commons* para proteger sus productos online, lo que nos muestra un bajo nivel en el indicador que busca ***saber la capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «creative commons»***. Los profesores que menos familiarizados estaban con la herramienta corresponden a los colegios fiscomisionales.

Es importante recalcar que los docentes pueden utilizar la información bajo la licencia *Creative Commons*, y de paso demuestran a sus estudiantes una actitud responsable al respetar derechos de autor, y al citar y enseñar a citar sus fuentes. Hay mucho que trabajar en este tema.

Tabla 34. Conocimiento de la herramienta *Creative Commons*

	***¿Creative Commons* es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?**		**Total**
	0. Desconoce la herramienta online.	**2. Maneja *Creative Commons* para proteger sus productos online.**	
Público	132 86,8%	20 13,2%	152 100,0%
Privado	136 81,0%	32 19,0%	168 100,0%
Fiscomisional	32 91,4%	3 8,6%	35 100,0%
Total	300 84,5%	**55** **15,5%**	355 100,0%

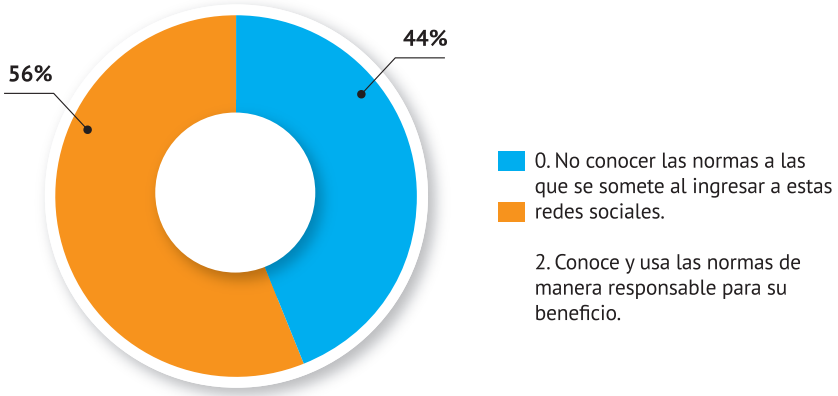
Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 28. *Facebook o Twitter,* ¿Pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas?

El 55,8% de los profesores encuestados manifestó conocer los derechos de uso de datos personales y fotos por las redes sociales y usar estas normas de manera responsable para su beneficio, con lo que se puede afirmar un nivel medio en el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos***.

Al analizar con anterioridad este indicador, obtuvimos dos preguntas (22 y 23) cuyo resultado reflejaba baja competencia, y dos preguntas (24 y 25) cuyo resultado reflejaba alta competencia en este mismo indicador, por lo que este resultado lleva a suponer que el conocimiento que los profesores tienen de los códigos de regulación y de autorregulación de los autores mediáticos es selectivo, y que hay áreas más fuertes que otras, por lo que habría que reforzar aquellas que han demostrado mayor desconocimiento por parte de los profesores.

Gráfico 34. Conocimiento de derechos de uso de datos personales y fotos por las redes sociales



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 29. ¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?

Esta pregunta colaboró en la medición de dos indicadores de dos dimensiones, por una parte dentro de la **dimensión producción y difusión** al indicador de la ***capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales***, en el cual el resultado fue un nivel bajo de competencia, ya que el 79,2% de los encuestados no ha participado o no conocía si la elaboración de algún producto suyo estaba dentro de proyectos sobre competencias mediáticas; y por otra parte en la dimensión Recepción e interacción, en el ámbito de la expresión la pregunta medía la ***capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales***, lo obtenido reflejó un nivel bajo. Este resultado es constante en los tres tipos de colegios, sin embargo el desempeño es ligeramente superior en los profesores de los colegios privados.

Tabla 35. Participación en proyectos sobre competencias mediáticas

	¿Ha participado en os últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?		Total
	0. No ha participado o no conoce si la elaboración de algún producto suyo está dentro de estos parámetros.	2. Capacidad de aportar al desarrollo de competencias en medios de comunicación.	
Público	129 84,9%	23 15,1%	152 100,0%
Privado	123 73,2%	45 26,8%	168 100,0%
Fiscomisional	29 82,9%	6 17,1%	35 100,0%
Total	281 79,2%	**74** **20,8%**	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Las preguntas 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 y 38, evaluaron los indicadores de los ámbitos análisis y expresión de la **dimensión Ideología y valores**, en el caso de la pregunta 33 se midió también un indicador de la **dimensión Recepción e interacción**.

Pregunta 30. ¿Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión?

El 53,5% de los docentes identificó medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación, lo que refleja un nivel medio en el indicador de la ***capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivos, y detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias***. Cabe mencionar que la propensión fue hacia el alza, ya que el 36,3% de los encuestados sí distinguió las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación, y dentro de este grupo los profesores de colegios privados y fiscomisionales tuvieron un rendimiento mayor al de los profesores de colegios públicos, como podemos ver en la tabla 41.

Tabla 36. Distinción de tendencias sociopolíticas en medios de comunicación

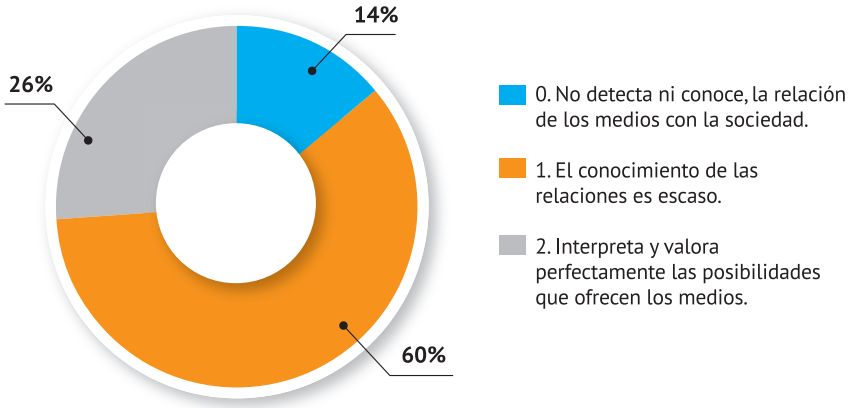
	Aunque no las comparta, puedo distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.			Total
	0. No reconoce ni analiza los conceptos sociopolíticos	1. El docente identifica medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación.	2. El docente distingue las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación	
Público	19	93	40	152
	12,5%	61,2%	26,3%	100,0%
Privado	17	76	75	168
	10,1%	45,2%	44,6%	100,0%
Fiscomisional	0	21	14	35
	,0%	60,0%	40,0%	100,0%
Total	36	**190**	129	355
	10,1%	**53,5%**	36,3%	100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 31. Ante un tema que considero importante, la información que obtengo procede...

Al analizar la procedencia de la información de temas de interés de los docentes, obtenemos que el 57,2% de los encuestados indicó que contrasta fuentes para realizar sus investigaciones, resultado que fue consistente para los docentes de los tres tipos de colegios investigados. Este resultado nos refleja un alto nivel en el indicador de la ***habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos***.

Gráfico 35. Autonomía personal y transformación social



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 33. ¿Una *Webquest* es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?

El 72,7% de los encuestados no conocía ni utilizaba la herramienta *Webquest*, la mayoría de aquellos que la conocían y que aprovechaban su capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente, se encontraba en colegios privados y fiscomisionales.

Así pues, como se indicó anteriormente, con esta pregunta se medía dos indicadores de dos dimensiones, el resultado demuestra un bajo nivel en el indicador de la dimensión Ideología y valores que permite ***conocer la habilidad del docente para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos para generar métodos de investigación en sus estudiantes***, y en el indicador de la ***capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje***, que pertenece a la dimensión Recepción e interacción, lo que resulta particularmente grave si tomamos en cuenta la poca investigación significativa que en nuestro país se ha realizado.

Tabla 37. Conocimiento de la herramienta *Webquest*

	¿Una *Webquest* es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la web?		Total
	0. No conoce ni utiliza la herramienta.	2. Utiliza la herramienta aprovechado la capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente.	
Público	122 80,3%	30 19,7%	152 100,0%
Privado	113 67,3%	55 32,7%	168 100,0%
Fiscomisional	23 65,7%	12 34,3%	35 100,0%
Total	258 72,7%	97 27,3%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 34. Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...

El 50,1% de los encuestados señaló utilizar las nuevas tecnologías para diversión más que para la transmisión de valores y contribuir a la mejora del entorno social, o para desarrollo educativo. Esto posiblemente refleja la necesidad de reforzar algunas competencias dentro de estas dimensiones mediáticas, de tal forma que con mayor conocimiento los docentes tengan mayor confianza en sus capacidades en cuanto al uso de las herramientas audiovisuales y digitales que les permiten comunicarse de manera multimodal, así las puedan desarrollar más allá del uso para diversión que por el momento la mayoría da.

Se determina un bajo rendimiento en el indicador de la ***capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural***.

Los docentes de los colegios públicos obtienen mejor rendimiento en este indicador.

Tabla 38. Uso de medios y tecnologías comunicativas

	Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...			
	0. Utiliza las nuevas tecnologías para diversión.	**1. Transmitir valores y contribuir a la mejora del entorno social.**	**2. Desarrollo educativo.**	**Total**
Público	64 42,1%	20 13,2%	68 44,7%	152 100,0%
Privado	93 55,4%	19 11,3%	56 33,3%	168 100,0%
Fiscomisional	21 60,0%	2 5,7%	12 34,3%	35 100,0%
Total	178 50,1%	**41** **11,5%**	136 38,3%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 35. Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?

Al consultar sobre los elementos que los docentes consideraban para valorar la fiabilidad de la información digital, encontramos que el 39,4% de los encuestados contrastaba la información y el contenido, además un considerable porcentaje de docentes para valorar la fiabilidad de la información digital se guiaba según la trascendencia profesional del autor, y tan solo el 31% de los docentes lo hacía por el dueño del medio más que por el contraste de la información, por lo que se determina un alto desempeño en el indicador que nos permite ***conocer la capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite***.

Los docentes de los colegios públicos son los que mejor resultado obtienen en esta pregunta.

Tabla 39. Elementos que consideran para valorar fiabilidad de información digital

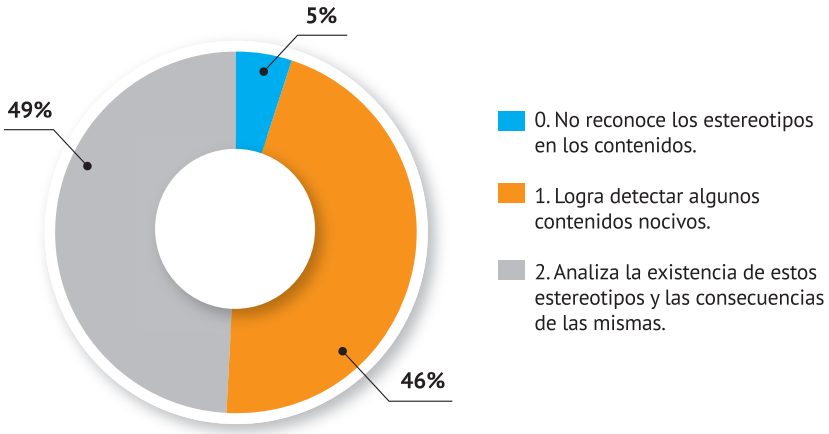
	Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios digitales ¿Qué elementos toma en consideración?			Total
	0. Se guía por el dueño del medio más no por el contraste de la información.	1. Se guía según la trascendencia profesional del autor.	2. Contrasta la información y el contenido.	
Público	31 20,4%	50 32,9%	71 46,7%	152 100,0%
Privado	64 38,1%	47 28,0%	57 33,9%	168 100,0%
Fiscomisional	15 42,9%	8 22,9%	12 34,3%	35 100,0%
Total	110 31,0%	105 **29,6%**	140 39,4%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 36. En los medios, ¿se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?

En cuanto al indicador que nos permite ***saber la capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias***, vemos que el 49% de los encuestados manifestó que analizaba la existencia de estereotipos y las consecuencia de los mismos, y un importante número de docentes (164 de 355) eran capaces de detectar algunos contenidos nocivos, por lo que se determina un alto nivel en este indicador a pesar de que en la pregunta 30 obtuvo un rendimiento medio aunque con tendencia al alza, lo que este resultado corrobora.

Gráfico 36. Reconocimiento de difusión de contenidos con estereotipos en los medios

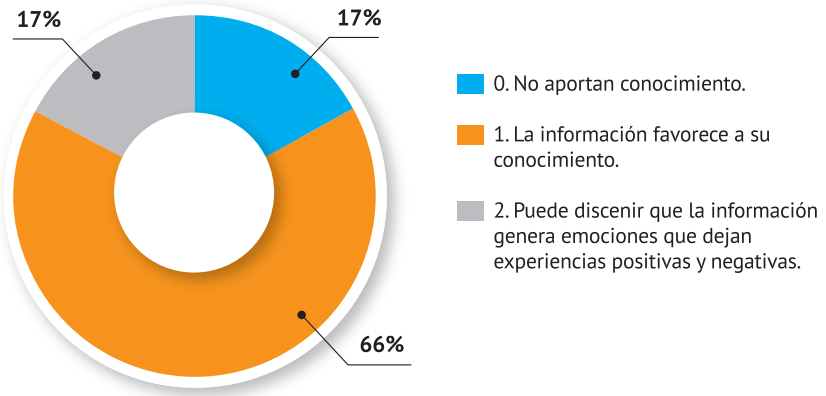


Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 37. La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿puede ampliar sus experiencias y favorecer el conocimiento de sí mismo?

El 65,9% de los encuestados manifestó que la identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios favorece al conocimiento de sí mismo, lo que implica un mediano desempeño en el indicador de la ***capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias***. La pregunta 32 evalúa este mismo indicador y obtuvo similar resultado.

Gráfico 37. Experiencia e identificación emocional a través de los contenidos mediáticos

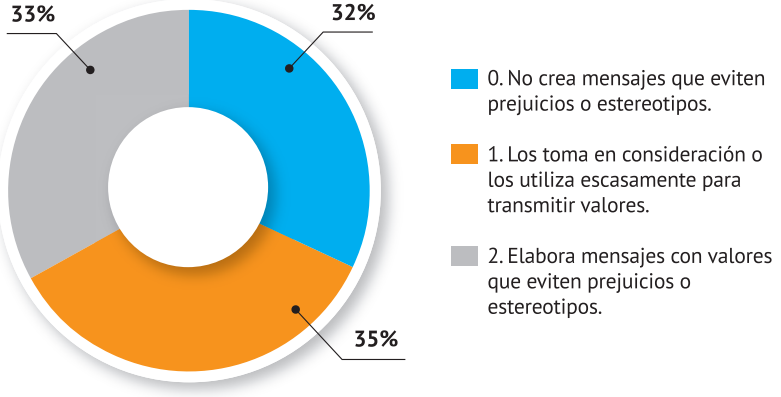


Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 38. ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?

El 34,6% de los docentes encuestados tomaba en consideración a los estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos o los utilizaba escasamente para transmitir valores, los resultados eran muy parejos, lo que nos lleva a suponer un mediano desempeño en el indicador de la ***capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural***, resultado que mejora al obtenido en la pregunta 34 que mide este mismo indicador y obtuvo un bajo desempeño, aunque dado el resultado de esta pregunta, la tendencia podría inclinarse hacia arriba o hacia abajo como en la pregunta 34, por lo que habría que reforzar este punto para asegurar un resultado positivo.

Gráfico 38. Forma de expresarse en los medios



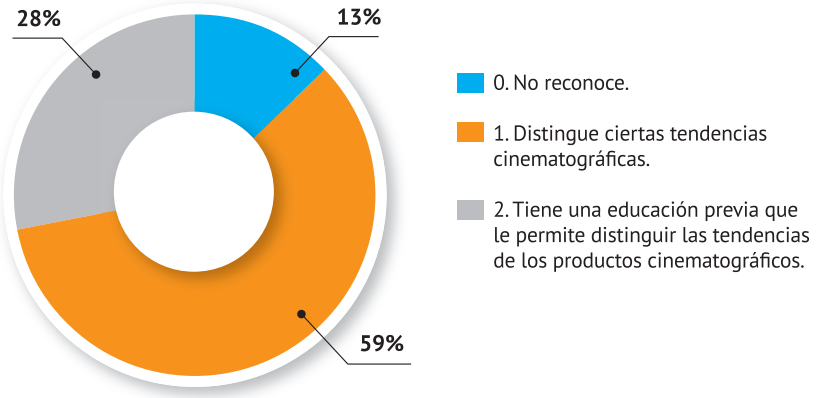
Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Las preguntas 39 y 40, se utilizaron para el análisis de la dimensión **estética**.

Pregunta 39. ¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple con las mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?

El 81,7% de los encuestados conocía características estéticas del contenido mediático, lo que determina un alto nivel en el indicador de la ***sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética***. Hay quienes no reconocían ni se interesaban en el aspecto estético del contenido mediático, pero son una minoría.

Gráfico 39. Capacidad para distinguir tendencias estéticas o artísticas de productos cinematográficos.



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 40. ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos?

El 58,6% de los profesores encuestados distinguía ciertas tendencias cinematográficas, lo que apunta a un medio desempeño en el indicador de la ***capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias***. Los docentes de los colegios privados obtuvieron mejores resultados en esta pregunta.

Tabla 40. Capacidad para distinguir tendencias estéticas o artísticas de productos cinematográficos

	¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, *underground, nouvelle vague...*)?.			
	0. No reconoce.	**1. Distingue ciertas tendencias cinematográficas.**	**2. Tiene una educación previa que le permite distinguir las tendencias de los productos cinematográficos.**	**Total**
Público	22 14,5%	97 63,8%	33 21,7%	152 100,0%
Privado	23 13,7%	84 50,0%	61 36,3%	168 100,0%
Fiscomisional	1 2,9%	27 77,1%	7 20,0%	35 100,0%
Total	46 13,0%	208 58,6%	101 28,5%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Las preguntas 41, 42, 43 y 44 colaboran en la medición del grado de competencia mediática que poseen los docentes en la dimensión **recepción e interacción**, recordemos que las preguntas anteriores, 29 y 33, también lo hicieron.

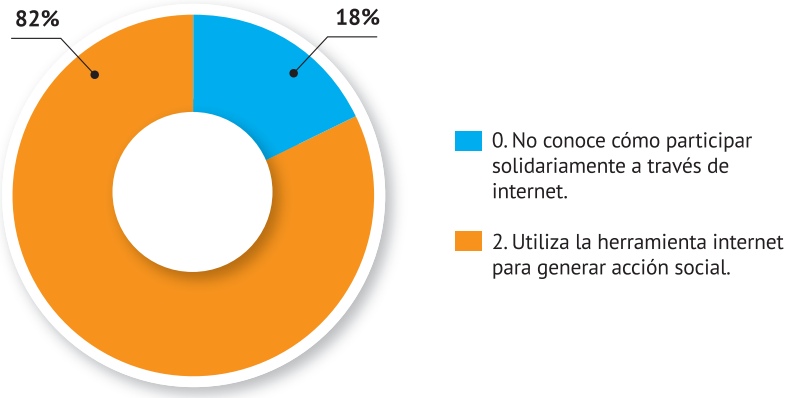
Pregunta 41. ¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?

El 82% de los profesores encuestados conocía que el Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias, la utilizaban para generar acción social, lo que determina una alta competencia en cuanto a la ***actitud activa en la interacción con la herramienta internet, entendida como oportunidad para construir una ciudadanía plena, un desarrollo integral, transformándose y transformando el entorno***.

Existe debate en torno a la veracidad de las respuestas que los encuestados dan, puesto que muchos responden lo que ellos creen que se espera que respondan, sin embargo López-Pérez & Spiegelman (2013) comprueban que más de un tercio de los encuestados dicen la verdad por pura aversión a la mentira, mientras que otros encuestados responden en función de los beneficios obtenidos (hay que recordar que esta encuesta se aplicó en el lugar de trabajo de los profesores) o de lo que ellos creen que se espera que respondan.

Una formulación de preguntas que permita cruzar información con datos reales ayudaría a obtener respuestas de las que podamos tener más certeza. Este es un punto importante para se considerado como una de las limitaciones del estudio, se debe trabajar en ello.

Gráfico 40. Conocimiento de que Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias.



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 42. ¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?

La mayoría de los docentes encuestados, es decir 56,1% se relacionaba escasamente a través de los medios digitales con sus colegas, aunque la tendencia era hacia el alza, ya que el 37,5% de ellos incorporaba en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas, especialmente en los colegios privados, donde casi el 50% de sus profesores manifestó hacerlo. Aun así, el nivel es medio en el indicador de la ***capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales***.

Tabla 40.1. Relación a través de medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo

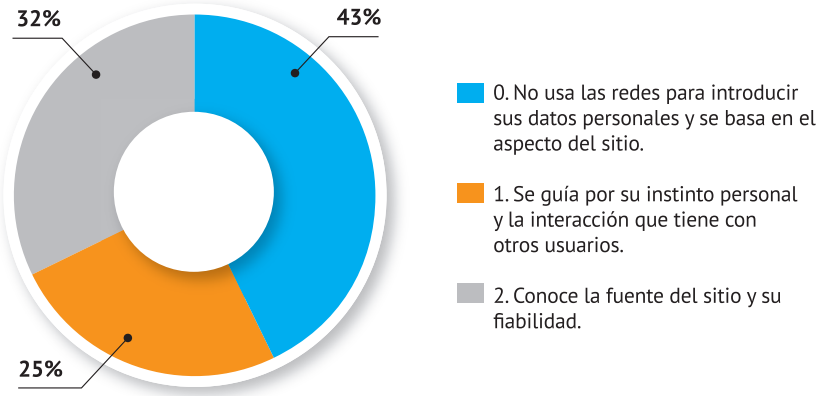
	¿Se relaciona a través de medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?			
	0. No utiliza los medios digitales para relacionarse con sus colegas.	1. Se relaciona escasamente a través de los medios digitales con sus colegas del ámbito.	2. Incorpora en sus herramientas los medios digitales para mantenerse comunicado con sus colegas.	Total
Público	17 11,2%	96 63,2%	39 25,7%	152 100,0%
Privado	6 3,6%	79 47,0%	83 49,4%	168 100,0%
Fiscomisional	0 ,0%	24 68,6%	11 31,4%	35 100,0%
Total	23 6,5%	199 56,1%	133 37,5%	355 100,0%

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 43. Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna web, toma usted precauciones basadas en: (Puede marcar más de una casilla)

Obtenemos que el 43,1% de los docentes encuestados, no utilizaba las redes sociales para introducir sus datos personales y se basaba en el aspecto del sitio para decidir si confía o no en una página Web, lo que indica un bajo nivel en el indicador que mide la ***capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables***.

Gráfico 41. Confiabilidad al introducir datos personales en alguna web



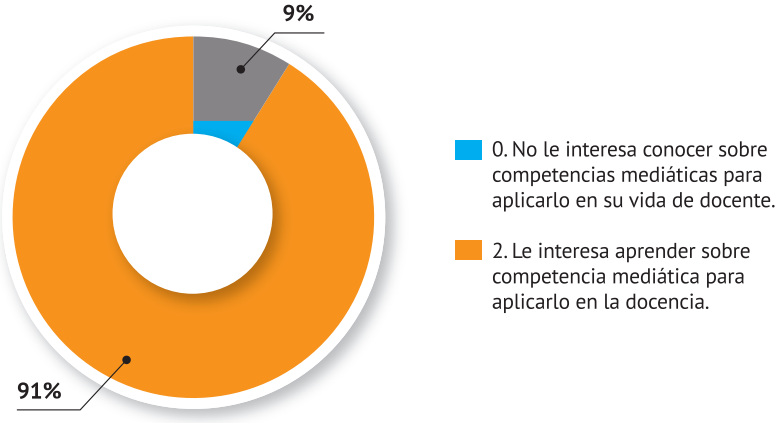
Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Pregunta 44: ¿Le gustaría recibir formación sobre competencia mediática?

El 91% de los profesores encuestados expresó interés en aprender más sobre lo que es la competencia mediática, para aplicar a la docencia. Por lo tanto, en el ámbito del análisis de la **dimensión recepción e interacción** se puede afirmar un alto nivel en el indicador de la ***capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje***.

En la pregunta 33 se obtuvo una baja competencia en este mismo indicador, lo cual demuestra que en la actualidad no cumplen con el indicador, pero que existe interés en mejorar en este parámetro.

Gráfico 42. Le gustaría recibir formación sobre competencia mediática



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

3.4. Resumen final general por dimensiones de los profesores

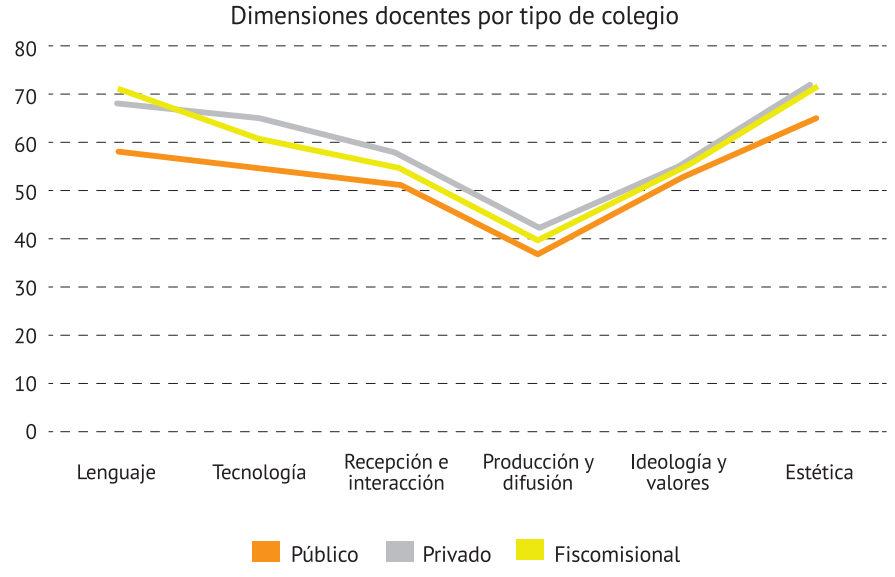
La dimensión mejor evaluada fue **estética**, y la que resultados más bajos obtuvo es **producción y difusión** como se observa en la Tabla 41. En términos generales, fueron los profesores de colegios públicos quienes obtuvieron los resultados más bajos, sin embargo la diferencia no fue tan alta como se esperaría, si tomamos en cuenta la diferencia existente en el acceso tecnológico entre los distintos tipos de colegios, o tal vez porque esas diferencias han disminuido en los últimos años.

Tabla 41. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio

Resultados profesores			
Dimensión	**Público**	**Privado**	
Lenguaje	58,30	69,03	71,42
Tecnología	54,93	65,35	61,35
Recepción e interacción	51,11	58,72	55,95
Producción y difusión	37,59	42,19	40,00
Ideología y valores	52,99	55,36	54,77
Estética	65,95	72,60	72,13
Porcentaje Promedio	**53,48**	**60,54**	**59,27**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Gráfico 43. Resultados generales de las dimensiones por tipo de colegio



Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Fueron los profesores más jóvenes los más competentes, dato que no sorprende, ya que son ellos quienes más uso suelen dar a la tecnología, y que para muchos profesores mayores la brecha digital es aún una barrera difícil de superar.

Tabla 42. Resultados generales de las dimensiones por edad de los docentes

Resumen dimensiones docentes					
Dimensiones	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
Lenguajes	74,58	72,55	64,32	54,42	51,83
Tecnología	68,62	68,41	59,63	51,25	56,06
Recepción e interacción	58,62	60,63	54,26	50,58	49,07
Producción y difusión	45,28	42,74	41,51	32,23	40,27
Ideología y valores	49,46	58,17	53,87	51,74	51,21
Estética	74,98	74,35	66,98	66,68	61,13
Suma porcentajes	371,54	376,85	340,57	306,9	309,57
Porcentaje General	**61,92**	**62,81**	**56,76**	**51,15**	**51,60**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: Todos los resultados de esta tabla están expresados en porcentajes.

En cuanto a género, se puede decir que la diferencia fue mínima entre hombres y mujeres, por lo que la capacitación la necesitarían ambos grupos para mejorar su nivel de competencia mediática, a pesar de que en ciertas áreas los hombres demostraron mayor interés.

Tabla 43. Resultados generales de las dimensiones por edad de los docentes

Resumen dimensiones docentes		
Dimensiones	**Masculino**	**Femenino**
Lenguajes	65,8	63,67
Tecnología	63,56	58,06
Recepción e interacción	55,94	54,51
Producción y difusión	40,74	39,33
Ideología y valores	54,21	54,44
Estética	69,58	74,83
Suma porcentajes	349,83	344,84
Porcentaje General	**58,31**	**57,47**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: Todos los resultados de esta tabla están expresados en porcentajes.

3.5. Conclusiones y recomendaciones

- La **dimensión lenguaje** obtuvo el segundo puntaje más alto en los profesores por lo que se puede hablar de una mediana competencia. Vale anotar que esta dimensión se midió con tan solo tres preguntas, por lo que se necesita profundizar en la investigación para llegar a resultados más concluyentes, así como también se recomienda aumentar el nivel de dificultad, de tal forma que se puedan obtener resultados más significativos.

  Resulta evidente la mayor competencia de los profesores más jóvenes, lo cual tiene sentido en vista de que son ellos quienes fácilmente adoptan las nuevas tecnologías dentro y fuera del aula, así como también quienes en términos generales demuestran mayor interés en el uso y aprendizaje de sus distintos lenguajes, por lo que acciones dirigidas a este segmento es posible que reciban una mayor apertura e interés independientemente de su género.

  Se observa la necesidad de reforzar las diferencias entre los diferentes códigos (verbal, icónico, musical, etc.) y registros utilizados por el emisor para así mejorar la capacidad de los profesores de interpretar y valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje, lo que a su vez facilitará el uso de estos códigos y registros dentro del aula.

- Los resultados de la **dimensión tecnología** demostraron que fueron los profesores de los colegios privados los que mejores resultados obtuvieron, y los de los colegios públicos los más bajos, aunque la diferencia podría ser bastante mayor si tomamos en cuenta las diferencias existentes en términos de acceso a las herramientas entre los profesores de los distintos tipos de colegios.

  En esta dimensión al igual que en la anterior, fueron los profesores más jóvenes los que mejores resultados consiguieron, mientras que los mayores como es de esperar por las barreras impuestas por la migración digital, obtuvieron los resultados más bajos.

  Los profesores tuvieron conocimiento medio de algunas herramientas tecnológicas, especialmente en los colegios privados y fiscomisionales, y

en términos generales se sugiere mayor capacitación en cuanto al uso y manejo de tecnología digital dentro y fuera del aula.

- En la **dimensión recepción e interacción** los resultados generales apuntaron hacia una mediana competencia, sin embargo preocupa que el 79,2% de los encuestados manifestó que en los últimos cinco años no había participado o no conocía si la elaboración de algún producto suyo estuviese dentro de los parámetros de investigación que aportase al desarrollo en el campo de las competencias mediáticas, con lo que existe un nivel bajo en la ***capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales***.

  Además la mayoría de los profesores encuestados (72,7%), no conocía ni utilizaba la herramienta ***Webquest***, lo cual resulta particularmente grave si tomamos en cuenta la poca investigación significativa que en nuestro país se ha realizado.

  El 82% de los profesores señaló conocer que el Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias, y lo utilizaba para generar acción social, sin embargo, esta puede ser una respuesta guiada, ya que muchos responden lo que consideran correcto, no necesariamente lo verdadero, se debería cruzar con los nombres de las causas, o acciones concretas ya que como el debate en torno a la veracidad de las respuestas que los encuestados dan, sugiere que muchos responden lo que ellos creen que se espera que respondan; aunque, López-Pérez & Spiegelman (2013) comprueban que más de un tercio de los encuestados dicen la verdad por pura aversión a la mentira, mientras que otros encuestados responden en función de los beneficios obtenidos (hay que recordar que esta encuesta se aplicó en el lugar de trabajo de los profesores) o de lo que ellos creen que se espera que respondan. Como se dijo con anterioridad, una formulación de preguntas que permita cruzar información con datos reales ayudaría a obtener respuestas de las que podamos tener más certeza.

  El 91% de los profesores encuestados expresó interés en aprender más sobre alfabetización mediática para aplicar a la docencia por lo que se puede afirmar un alto nivel en el indicador de la ***capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje***,

aunque en la pregunta 33 se obtuvo una baja competencia en esta misma pregunta lo cual demuestra que en la actualidad no cumplen con el indicador, pero que existe interés en mejorar en este parámetro, lo que abre puertas a muchas posibilidades de capacitación.

- La **dimensión producción y difusión** fue la que resultados más bajos obtuvo entre los docentes encuestados. A pesar de que Ecuador cuenta con una Ley Orgánica de Comunicación (LOC, 2013), además de su reglamento (Correa Delgado, 2014) y de instituciones como el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM, 2013) la mayoría de docentes poco conocía sobre la existencia de un sistema de regulación audiovisual en el ámbito estatal, lo que abre un amplio espacio de información y capacitación.

  En todo caso la mayoría de los profesores encuestados (65,6%) señaló conocer los derechos que tienen al ser agredidos por un medio de comunicación, es decir sabrían a qué organismo acudir cuando perciben algo insultante, injurioso o delictivo en los medios de comunicación. Vale la pena recalcar que el indicador del ***conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos*** obtuvo resultados bajos y altos en varias preguntas, lo que indica que dicho conocimiento es selectivo y que hay áreas más fuertes que otras, por lo que habría que reforzar aquellas que han demostrado mayor desconocimiento por parte de los profesores.

  No estaría por demás fortalecer los procedimientos para presentar quejas en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM, 2013).

  Al consultar a los profesores sobre el conocimiento que tenían de la privacidad en redes sociales, el 61,1% de ellos desconocía cómo manejarla. Es importante que los profesores conozcan y manejen la privacidad en las redes sociales, no solamente para proteger sus datos personales, sino por el papel de guía que tienen con sus estudiantes.

  Así también, el 84,5% de los encuestados no conocía la herramienta *Creative Commons* para proteger sus productos *online*, por lo que se sugiere

incluir este tema en la capacitación docente, no solo para que demuestren a sus estudiantes una actitud responsable al respetar derechos de autor sino al citar y enseñar a citar sus fuentes para evitar el plagio.

- El rendimiento general de la **dimensión ideología y valores** fue medio, los docentes identificaron medianamente conceptos y mensajes sociopolíticos en los medios de comunicación; muchos indicaron que contrastan fuentes para realizar sus investigaciones, pero la gran mayoría no conocía ni utilizaba la herramienta ***Webquest***, la mayoría de aquellos que la conocían y aprovechaban su capacidad de ocio estudiantil mediático y de metodología docente, se encontraban en colegios privados y fiscomisionales, por lo que se sugiere aumentar la capacitación docente en esta dimensión.
  La mitad de los encuestados utilizaban las nuevas tecnologías para diversión más que para la transmisión de valores y contribuir a la mejora del entorno social, o para desarrollo educativo, eso posiblemente refleja la necesidad de reforzar el nivel de competencias mediáticas acorde a las dimensiones, de tal forma que con mayor conocimiento los docentes tengan mayor confianza en sus capacidades en cuanto al uso de la tecnología mediática y las desarrollen más allá del uso para diversión que la mayoría daba.

  Apenas el 39,4% de los encuestados contrastaba la información y el contenido de sus investigaciones, porcentaje bajo si se considera que ellos guían a los estudiantes en los procesos de investigación y de hecho son quienes enseñan a investigar a los colegiales.

- En la **dimensión estética**, los encuestados conocían las características estéticas del contenido mediático, y su competencia en esta dimensión fue la más alta, en todo caso, aún hay quienes no reconocían ni se interesaban en el aspecto estético del contenido mediático, pero eran una minoría.

  La mayoría de los profesores distinguió ciertas tendencias cinematográficas, con lo que demuestran que tienen una ***capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias***. Sin embargo, se sugiere reformular las preguntas en esta categoría de tal forma que estas demuestren de mejor manera los conocimientos reales de los docentes encuestados con un nivel de dificultad más alto, ya que formuladas como estaban, por obviedad algunos profesores podían responder lo que consideran correcto.

- Se requiere mayor profundidad de análisis para llegar a resultados más concluyentes, en vista de que no todas las preguntas proveen resultados finales, para lo que se sugiere profundizar el estudio en cuanto al análisis de las competencias mediáticas de los profesores.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY 50 AÑOS | Casa Editora

Análisis de los resultados de los grupos focales a los padres de familia de los colegios del distrito norte y sur de la ciudad de Cuenca acorde a seis dimensiones

Capítulo

4

Casa Editora
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS

Los grupos focales se realizaron en colegios privados, fiscales y en fiscomisionales de la ciudad de Cuenca. Al ser un enfoque cualitativo se consideró escoger a las unidades de análisis a través de un muestreo por cuotas, se seleccionó un mayor número de grupos de padres de colegios fiscales, luego de particulares, quienes tienen mayor acceso a la tecnología, seguido de los conformados por padres de estudiantes de establecimientos fiscomisionales, así se mantendría representatividad.

4.1. Ficha técnica grupos focales padres de familia

Nombre	Tipo de establecimiento	Número de grupos focales	Total de padres asistentes
Unidad Educativa Herlinda Toral	Público	2	13
Colegio Octavio Cordero Palacios	Público	3	18
Unidad Educativa Sudamericano	Privado	1	10
Colegio Alicia Loza Meneses	Privado	1	9
Variado (conformado por representantes de varios colegios)	Privado	1	7
Juan Bautista Sthiele	Fiscomisional	2	16

Se elaboró una guía de temas con algunas técnicas proyectivas y preguntas semiestructuradas, luego se dio paso a un conversatorio libre sobre el conocimiento y el uso de las TIC por parte de los padres, a su vez se identificó la percepción que tienen sobre cuán críticos y responsables son sus hijos al utilizar las TIC. Para armar el contenido de la guía y para el procesamiento de la información se consideraron las seis dimensiones de Ferrés y Piscitelli (2012, p.75), recordemos de qué trata:

> La competencia mediática comporta el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes relacionados con seis dimensiones básicas, de las que se ofrecen los indicadores principales. Estos indicadores tienen que ver, según los casos, con el ámbito de participación como personas que reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y como personas que producen mensajes (ámbito de la expresión) (p. 79).

Las dimensiones son: lenguaje, la tecnología, los procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, estética.

4.2. Resultados grupos focales padres de familia acorde a las dimensiones

4.2.1. Dimensión lenguaje

Partimos de la realidad de que solo una minoría de los padres de familia de colegios fiscales tenían una cuenta en alguna red social y contaban con correo electrónico, por lo tanto el lenguaje utilizado era básico y coloquial, al no usar las TIC con frecuencia no prestaban mayor reparo en diferenciar su lenguaje acorde a los públicos. Se dio el caso especial de un padre, líder religioso, él sí tenía cuenta en Twitter y Facebook, a más de una página web, él sí reconoció trabajar un lenguaje apropiado acorde a lo que dicta su religión, además sabía quiénes eran sus interlocutores por lo que su estilo era distinto, el tipo de contenido que transmitía era propio de sus creencias.

En el caso de los padres de estudiantes de colegios privados la situación cambió, la mayoría de ellos sabía elegir distintos modos de comunicarse, diferenciaban el contenido y los interlocutores, las diversas plataformas y soportes, en casos particulares se contó con padres o madres que señalaron estar conectados todo el día a redes sociales; otros utilizaban alrededor de ocho horas diarias una computadora conectada a internet por su trabajo, por lo que sabían dar uso a varias aplicaciones y plataformas, diferenciaban estilos y formas de comunicarse acorde al receptor. Pocos de los padres de colegios particulares recalcaron que han editado alguna foto o video con algún programa, se dio la situación de algunos que habían estudiado informática y que sí conocían herramientas de edición básicas como *Paint, Movie Maker,* y otras más, cabe recalcar que eran una minoría.

En el caso de los padres del colegio fiscomisional la mitad poseía una cuenta en alguna red social, y sí la usaban para comunicarse, mucho más que los padres de los colegios fiscales.

Los padres alegaron que ha cambiado la manera de comunicarse, antes no se comunicaban a través de redes sociales, ahora sí; algunos exteriorizaron que las redes no servían para nada bueno, sólo para entretenimiento.

Se les preguntó por el uso de los emoticones como sistema de comunicación de las emociones de sus hijos, los padres de los colegios fiscales no conocían para qué se aplicaban, algunos han visto en el teléfono o cuando sus hijos las usaban, pero no comentaron más al respecto. En los colegios particulares los padres indicaron que ellos los usaban para adornar una conversación, más no para reemplazar palabras. No consideraron que sea una “manera de hablar”. Un padre de familia explicó que eso era “inventado por los jóvenes para no escribir tanto”.

4.2.2. Dimensión tecnología

Los padres que indicaron que sí utilizaban internet señalaron estar de acuerdo en que la red es una herramienta válida para obtener información, nombraron a las redes sociales y a internet como útiles para la educación de sus hijos, algunos recalcaron que sirve para que se envíen material de estudio, o que hagan trabajos; sin embargo según lo conversado ellos no interactuaban de manera significativa con los nuevos medios para expandir sus conocimientos. Muy pocos padres de colegios fiscales y fiscomisionales utilizaban las TIC para trabajar, o para desarrollarse.

En esta dimensión se notó una clara diferencia entre los padres de los colegios privados, quienes trabajaban y utilizaban alrededor de ocho horas diarias un ordenador, ellos pueden utilizar diversas herramientas en sus publicaciones, pero más en el uso de redes sociales. Indicaron cómo podían dar uso a las diversas aplicaciones de las redes sociales como Facebook, Twitter, o cómo difundir alguna información por más de un modo y medio. Se dio el caso antes mencionado de un padre de un colegio fiscal que por su religión utilizaba una amplia diversidad de herramientas para su página web, cuentas en redes, etc. No es el caso de los demás padres de los colegios públicos y fiscomisionales, según lo expuesto nos lleva a suponer que la mayoría no hace posible una comunicación multimodal, en algunos casos son los hijos quienes les ayudaban a comunicarse con familiares o amigos, o quienes realizaban alguna búsqueda por ellos.

Los pocos padres que usaban la red navegaban principalmente para encontrar: Remedios caseros, recetas de cocina, fotos de familiares, o para ver películas según sugerencias de los hijos. En el caso de Carmen, una madre de familia de uno de los colegios públicos, indicó que "jamás" ha utilizado una computadora y que no sabía para qué servía.

Una minoría indicó desenvolverse con eficacia, pero no tanto como sus hijos, al compararse con ellos enfatizaron que ellos sí lo hacían con mayor soltura.

Las diferencias entre padres de colegios fiscales, fiscomisionales y privados se evidenciaron en el uso de las TIC y en cuán competentes eran. En ocasiones las oportunidades laborales y el entorno de los padres de colegios privados ha ayudado a que puedan adquirir mayores conocimientos, aprovechar el uso de mejor manera y con mayor criterio.

En general los padres no sabían manipular imágenes y sonidos digitalmente, algunos indicaron que suben fotos al Facebook para compartir comentarios con sus familiares o amigos que están fuera, pero muchas veces eran sus hijos quienes les ayudaban a subir el material, se puede suponer que el uso más preciso de elaboración de imágenes y sonidos no se da

en los padres. Algunos indicaron que en los teléfonos inteligentes pueden enviar mensajes de voz, se debe considerar que muy pocos padres participantes contaban con un teléfono inteligente, y quienes lo tenían indicaron no utilizar la mayor parte de las prestaciones.

De los 66 padres participantes de todos los colegios, cerca de la mitad de ellos poseía una cuenta de Facebook, y otros pocos contaban con un correo electrónico, *Twitter, Instagram, Skype* casi no eran utilizados en este grupo etario, y un buen número de padres no utilizaban redes sociales ni correo electrónico. Cabe resaltar que los representantes de los colegi*os privados supieron reconocer plataformas como* Linkedin, Google +, Pinterest, YouTube, muy pocos distinguieron lo que son: *Firewall, Software, Tarjeta gráfica, iTunes*, como se indicó algunos participantes han estudiado informática.

4.2.3. Dimensión estética

Ante el poco uso que le dan a las TIC se identifica poca capacidad de determinar placer del cómo se comunican mensajes y contenidos, sí se identificó que aprecian medios tradicionales con sus producciones dentro de lo que sería el área de la cultura, como por ejemplo el cine, la radio y algunos programas de televisión. Los consideran útiles, buenos y educativos, de calidad, más no específicamente calidad estética.

Sin embargo al mostrar el fragmento de la película *Amelie,* tal como se hizo en la encuesta online, los padres pudieron percibir drama, ira; además se les preguntó sobre algunos de los diferentes lenguajes: verbal, visual, musical en el fragmento de la película e indicaron que notaban que se mostraba mucho el rostro de la actriz, no mencionaron más, pero al preguntar qué opinaban de los colores y la música, pocos de ellos notaron que se usaban colores cálidos y que eso demostraba el estado de ánimo, otra participante indicó que la música ayudaba a percibir el cómo se sentía, al comentarles si creían que había un motivo para utilizar la cámara con un plano subjetivo, no supieron contestar.

A los padres se les presentó el impreso de dos publicidades, una de Inca (imagen A) y la otra de Fanta (imagen B), los padres se declinaron por la de Fanta (respuesta correcta por su calidad estética) uno de los participantes indicó que por el uso de los colores, otro porque transmitía emoción. Demostraron sensibilidad para reconocer en una producción mediática ciertos elementos estéticos.

4.2.4. Dimensión recepción e interacción

Los padres estaban conscientes de que su consumo de TIC era bajo, que no receptaban ni interactuaban con las nuevas tecnologías y los nuevos medios, sobre todo si se compa-

raban con otros grupos etarios, al respecto Manuel (padre de familia) comentó "nuestros hijos son nuestros educadores en esto de las redes sociales y el internet, en lugar de ser nosotros quienes les enseñemos". Eran pocos los padres que podían dedicar más de una hora diaria a estar frente del ordenador en sus hogares, quienes tenían teléfono con plan de datos indicaron que no lo chequeaban todo el tiempo. Solo una madre (colegio privado) comentó estar conectada casi todo el día, otros manifestaron que lo tenían conectado en el trabajo, pero por sus labores no navegan con libertad. Los padres señalaron interactuar más con los medios tradicionales, en primer lugar la televisión seguida de la radio. Margarita (Madre colegio público) comentó "La radio uno la prende y suena todo el día sola, no quita el tiempo como los demás aparatos". Algunos padres nombraron a las redes sociales como un medio para interactuar y entretenerse, sobre todo porque las utilizaban para comunicarse con familiares en el extranjero. En la noche el medio más usado, cuando la familia estaba reunida, era la televisión para ver las novelas y el noticiero.

A pesar del desconocimiento acerca de las TIC, los padres de familia estaban conscientes de los riesgos que sus hijos están corriendo al interactuar en las redes sociales y al enfrentarse solos a la gran cantidad de información que pueden recibir de la red, la mayoría porque ha escuchado de algún caso, otros porque han tenido un caso cercano y pocos de ellos porque sus hijos han pasado por una mala experiencia. Comentaron, que sus hijos no sabían frenarse frente a las redes y mostraban mucho de sus vidas.

Los padres relacionaban a las redes sociales con la educación, sobre todo los padres de colegios públicos y fiscomisionales. Los padres señalaron que era una nueva forma de interactuar académicamente, que los tiempos han cambiado y que ya no se hacen los deberes a "mano" uno de ellos dijo: "Los jóvenes aprenden con gran facilidad a usar la computadora, las tareas del colegio ahora en estos tiempos los profesores las envían y las reciben por internet". Algunos enfatizaban que antes todo era en "el cuaderno y a mano". Los padres sabían que sus hijos estaban varias horas al día frente a la computadora, contaban que muchas veces al acercarse sus hijos cambiaban de pantalla, expresaron que sabían y se daban cuenta que sus hijos en vez de hacer la tarea cuando decían que van a investigar en la red, suelen tener abiertas otras páginas o chateaban.

Todo esto nos lleva a suponer que los padres no saben utilizar del todo las TIC por lo tanto, tampoco le han dado un uso para expresar del todo sus opiniones y pensamientos; pero sí emotividad al mantener relación con familiares y amigos.

Acorde a lo obtenido en los grupos, podemos suponer que los padres no prestan mayor cuidado del contexto cuando interactúan en las redes o en internet, no es porque no les importase, es porque su generación no es prosumidora, sí la de sus hijos, ellos pueden

interactuar en diferentes contextos. Los padres debido al poco uso que dan a las TIC interactúan con limitaciones.

Los padres que trabajan y necesitan usar una computadora indican que en sus trabajos sí les ayuda estar conectados, hay redes internas y eso facilita el trabajo, su uso es más profesional, indicaron no usar las redes sociales con fines laborables.

4.2.5. Dimensión procesos de producción y difusión

Como se describió en la anterior dimensión, los padres de familia señalaron preferir a la radio o a la televisión como medios de difusión, para informarse, entretenerse e interactuar, frente a los nuevos medios de comunicación o a las TIC, la mayoría no conocía las funciones y los procesos de producción y de difusión que pueden dar las aplicaciones o programas en un teléfono inteligente o una computadora.

Aquí se presentó un atisbo de la llamada brecha digital al comparar con los que sus hijos respondieron, quienes a pesar de presentar un nivel bajo en esta dimensión, sí demostraron poseer conocimientos frente a los procesos en sí. En esta ocasión los padres de colegios particulares, tampoco sabían indicar las funciones de quienes participan en la grabación de un spot o de un corto audiovisual. Es un campo en el que se debe trabajar en capacitaciones y actividades con premura.

4.2.6. Dimensión ideología y valores

Algunos de los padres preferían que sus hijos escuchasen la radio, programas buenos que hay, otros indicaron que ver televisión, buenas películas, pero la mayoría coincidió en que es Internet el medio favorito, pero hay que saber cómo usarlo, no ver "cosas malas", un padre señaló preocupado "hay muchos peligros ahí", otro acotó "hay que saber orientarles a las páginas y medios correctos", pero claro el mayor miedo que indicaron es que no se sentían preparados para guiarles. Una madre mencionó que ella sí le preguntaba a su hija "con quién habla, qué le dicen", y que la hija suele contarle, otros indicaron que sus hijos no les cuentan o sólo cuentan lo que les convienen.

Algunos padres exteriorizaron que el educar en valores a sus hijos era primordial, comentaron que se dan tiempo para ver televisión con sus hijos, salir de paseo, visitar a la familia, temían cuando los hijos se quedaban solos, ya que sabían que sus hijos aprovechaban para utilizar "mucho" las redes y la internet en general. La mayoría de padres indicaron que los fines de semana al salir más en familia creían que sus hijos frenaban el uso tecnológico.

Un grupo de padres mencionó que cuando llegaban a casa en la noche o en la tarde los fines de semana se daban un tiempito a mirar algo en la red, más de un padre de familia indicó que no tenía tiempo ni en los fines de semana para navegar.

A los padres se les aplicó la técnica del "collage" y de "cuéntame una historia" para determinar sus percepciones y sus conocimientos sobre diferentes situaciones que puede pasar un adolescente, una trataba sobre el *ciberbullying* , algunos padres indicaron saber de lo que se trata, dos padres de familia de colegios privado narraron la situación negativa por la que pasaron sus hijos, otra madre de un colegio fiscal contó que su hijo también fue víctima de acoso por parte de una pandilla, denunció la situación a las autoridades del plantel. Un grupo de padres, sobre todo de los colegios fiscales, no sabía de lo que se trataba. La mayoría desconocían a dónde acudir en el momento de denunciar, algunos coincidieron en ir al colegio, o a la fiscalía.

Se dio el caso de una madre de un colegio particular que comentó el problema de su hijo, al recurrir a la pornografía en la red de una manera adictiva.

Los padres estaban conscientes que sus hijos en vez de ir a la biblioteca (como alguno de ellos lo hacía de estudiante) para consultar deberes y trabajos, sólo copiaban lo que estaba en la red, indicaron que eso no estaba bien, que deberían leer más y buscar más, en otras palabras recalcaron que la computadora les daba muchas facilidades y algunos trabajos ya no eran de calidad.

Además como dato interesante tenemos que los padres al expresar sus pensamientos en el grupo focal, nombraban a Dios o a Jesús, lo que nos lleva a suponer que su religiosidad es importante para ellos. En el caso del colegio privado religioso, se percibió mayor control de los padres a las actividades de sus hijos cuando navegan, relataron a su vez castigos más rígidos y lo tajantes que son en sus opiniones, un representante comentó "para educar a los hijos hay que tener en una mano la miel y en la otra la hiel".

Es importante indicar que los padres al tratar esta dimensión recalcaron en más de una ocasión la importancia de tener "clases" o "charlas" para aprender sobre las redes sociales.

En uno de los grupos al tratar sobre las publicidades que se ven en televisión indicaron que hay muchas que son "vulgares" y que no venden un producto, que son "sexistas" o que "engañan" para que podamos comprar, se les preguntó si en esos casos sabían si podían denunciar y desconocían el poder hacerlo, al igual que a qué organismos acudir.

4.3. Conclusión del análisis de grupos focales

Los resultados nos llevan a suponer que la mayoría de los padres de los colegios fiscales, fiscomisionales y privados, saben o han escuchado de los efectos negativos que puede ocasionar el mal uso de las TIC. Sin embargo, al no acceder a ellas con la frecuencia y facilidad con la que lo hacen sus hijos, no pueden profundizar en cuáles son los efectos y esclarecer el papel positivo que desempeñan las TIC en la sociedad, lo que pueden utilizar de ellas para ser ciudadanos beneficiosos académicamente y su incidencia en la vida productiva y social.

Se identifica que algunos padres utilizan las TIC, la conexión wifi, el uso del paquete de datos, las redes o en algunos casos los motores de búsqueda, para gestionar el ocio mediático, como se mencionó anteriormente, pero el uso es limitado.

Aún son los progenitores quienes inculcan en sus hijos los valores para tomar decisiones y enfrentarse a los problemas que pueden desencadenar un uso indebido de las redes sociales o de otras aplicaciones, sin embargo se identificó que los padres se sienten inseguros, impotentes ante la vorágine mediática.

Indicaron que sí necesitan aprender y actualizarse, ser competentes mediáticos para poder enseñar a sus hijos a usar el juicio y el criterio ante lo que consumen y producen en los medios y en las TIC, están totalmente conscientes que les falta mucho por aprender y que el tiempo se viene encima, quieren lo mejor para sus hijos y también para ellos, admiten que las TIC y los nuevos medios de comunicación pueden ser unas herramientas valiosas para su crecimiento personal, para su desarrollo integral como ciudadanos y miembros proactivos de su sociedad.

4.4. Futuras líneas de investigación

En noviembre de 2015 se comenzó la segunda etapa del estudio, ahora las unidades de análisis son los estudiantes universitarios y sus profesores. A cierre de esta edición, se terminó con el trabajo de campo, y ya se está procesando la información.

A su vez, de la primera etapa se continuó la investigación para incluir a estudiantes de colegios del área rural y a estudiantes mayores de 18 años que estudian el bachillerato a distancia o en régimen de horario especial solamente los días sábado.

En Salamanca, España, Catalina González, coautora del estudio, realiza su tesis doctoral que lleva como título: “La narrativa y la alfabetización mediática como factores influyentes

en la eficacia de un programa de prevención del embarazo adolescente", dentro del Programa de Doctorado en Formación en la Sociedad del Conocimiento de la Universidad de Salamanca, bajo la dirección del catedrático investigador Juan José Igartua Perosanz y con el auspicio de la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, SENESCYT.

En esta investigación se realizan dos estudios, por un lado la medición del nivel de competencia mediática en un grupo de mujeres adolescentes en la ciudad de Cuenca, y luego verificar si esta variable moderadora (competencia mediática) incide en si un corto de prevención del embarazo adolescente narrativo es más efectivo que el no narrativo. Como se ve, es importante para el avance del conocimiento unificar líneas de investigación, se abren nuevas oportunidades para los investigadores sociales, ya se demuestran los logros en la Universidad del Azuay, tanto en pregrado como en posgrado.

Se preparan talleres para la mejora de la competencia mediática de los estudiantes escolares de la ciudad de Cuenca con los resultados de esta investigación, esperamos con eso demostrar que es una necesidad latente incluir a la alfabetización mediática dentro del pensum escolar en todos los niveles, de lo que se ha hablado desde hace varios años en el país (CONATEL, 2006. p. 44).

4.5. Conclusión

Como se ha visto tanto en los resultados de la investigación cuantitativa en profesores y estudiantes, y en la cualitativa realizada con los padres de familia, podemos indicar que la edad suele ser un indicador del grado de interés que está presente en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, por tal razón ha obtenido un buen resultado en el estudio, al ser una dimensión bien evaluada tanto por estudiantes como por profesores, y demuestra una pauta para reconocer que sí hay interés en su uso, en ampliar su conocimiento y sus utilidades en la vida diaria y en la académica. En cuanto a los padres de familia podemos decir que ellos han escuchado o saben sobre los efectos negativos que puede ocasionar el mal uso de las TIC, sin embargo, al no usarlas como lo hacen sus hijos, no pueden profundizar en sus percepciones.

La dimensión estética ha sido la mejor evaluada tanto por estudiantes como por los profesores, sin embargo, hay que recalcar que la misma no se midió con la misma rigurosidad de las otras dimensiones. Aquí en futuras investigaciones se debe prestar especial cuidado, sugerimos estudiar a fondo el cómo se puede medir o qué herramientas utilizar para su medición, y así no perder validez.

Los resultados positivos en la dimensión lenguajes nos llevan a considerar que las competencias en cuanto a analizar o expresar a través de la narrativa, en múltiples soportes y medios, están más desarrolladas, sobre todo si comparamos con los resultados obtenidos en las dimensiones de: ideología y valores, recepción e interacción, y en la de producción y difusión, donde se pueden encontrar brechas de consideración entre los padres, los estudiantes y los profesores, sin embargo, se requiere mayor profundidad de análisis para poder llegar a resultados más concluyentes.

Referencias bibliográficas

Aguaded, J. I. (1999). Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva. Barcelona: Paidós.

Aguaded, J. I. (2012). Apuesta de la ONU por una educación y alfabetización mediáticas. Comunicar, XIX(38). 7-8. DOI: http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-01-01

Aguaded, J. I. & Pérez, M. A. (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. New Approaches in Educational Research, 1(1), 25-30. Recuperado de: http://goo.gl/VFpX0Y

Alexa. (2014). Alexa the top 500 sites on the web by country. Recuperado el 15 de diciembre de 2015 de http://goo.gl/JrNCZ

Alexa (2015) Top Sites in Ecuador. Recuperado el 8 de julio de 2014 de http://goo.gl/ecpp7X

Asamblea Constitucional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. (Numeral 8), Artículo 347. Recuperado de http://goo.gl/pQv01N

Asamblea Nacional del Ecuador. Función Legislativa. (2013) LOC. Ley Orgánica de Comunicación. Registro Oficial año I-Nº 22. Recuperado de http://goo.gl/m8LJHf

Benavides, J. (1992). Los niños y las niñas conocen la TV. Infancia y Sociedad: Revista de estudios, (14), 67-78.

Chomsky, N. (2004) Estructuras sintácticas. México: Siglo XXI editores, s. a.

Coll, C., Mauri, M. T. & Onrubia, J. (2008). Análisis de los usos reales de las TIC en contextos educativos formales: una aproximación socio-cultural. Revista electrónica de investigación educativa, 10(1), 1-18. Recuperado de http://goo.gl/cQuhNF

Comisión Europea (Ed.) (2007). Directiva 2007/65/Ce del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007 de Servicios de medios audiovisuales sin fronteras. [Diario Oficial L 332/31 de 18.12.2007]. Recuperado de http://goo.gl/0BaVSs

Comisión Europea (Ed.) (2009). Recomendación de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovi-

sual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. [Diario Oficial L 227 de 29.8.2009]. Recuperado de http://goo.gl/PthgOJ

comScore (2015) Futuro Digital Latinoamérica 2015. Recuperado el 28 de diciembre de 2015, enviado a email por comScore en pdf desde http://www.comscore.com video en link http://bcove.me/txxj7mk0

CONATEL (2006) Libro Blanco. Estrategia para el desarrollo de la sociedad de la información en Ecuador - EDSI; Recuperado de http://goo.gl/Qjz10T

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM (2013). Reglamento para el procesamiento de infracciones administrativas a la Ley Orgánica de Comunicación. República del Ecuador. Recuperado de http://goo.gl/NrJbvX

Correa Delgado, R. (2014). Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. República del Ecuador. Recuperado de http://goo.gl/Y0DrLt

Cortés, J. A., Marín, R., & Guzmán, I. (2015) Competencias mediáticas en docentes, base para la construcción de ciudadanía. Ámbitos, 29 1-20. Recuperado de http://goo.gl/ohXAAA

Creative Commons. (2015). Página Web institucional. Recuperado el 3 de Mayo de 2015, de http://creativecommons.org/licenses/

Delors, J. et al., (Coord) (1996) La educación encierra un tesoro. Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI. Recuperado de http://goo.gl/PI5gll

ditrendia (2015). Digital marketin trends. Informe Mobile en España y en el Mundo. Recuperado de http://goo.gl/ZtUUJx

Dornaleteche, J. Buitrago, A. & Moreno, L. (2014) Categorización, selección de ítems y aplicación del test de alfabetización digital on-line como indicador de la competencia mediática. Comunicar XXII(44). 177-185. DOI: http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-19

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar, XIX(38), 75-82. DOI: http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08

Ferrés, J., Aguaded, I., & García, A. (2012). La competencia mediática de la ciudadanía española. Icono 14, 10(3), 23-42. DOI: http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v10i3.201

Gabelas, J. A. (2007) Una perspectiva de la educación en medios para la comunicación en España. Comunicar, XV(28). 69-73. Recuperado de http://goo.gl/s2PG5h

García, R. Gozálvez, V. & Aguaded, J. I. (2014) La competencia mediática como reto para la educación, instrumentos de evaluación. Cuadernos.info, 35. 15-27. DOI: http://dx.doi.org/10.7764/cdi.35.623

González, N., Gozálvez, V. y Ramírez, A. (2014) La competencia mediática en el profesorado no universitario. Diagnóstico y propuestas formativas. Revista de Educación, 367. Recuperado de: http://goo.gl/PQflPe

Jonassen, D., & Carr, C. (2000). Mindtools: Affording Multiple Knowledge Representations for Learning. In Computers as Cognitive Tools, Volume 2: No More Walls. (Chapter 6). Recuperado de http://goo.gl/aBWnlH

Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Madrid: Ediciones de la torre.

Kaplún, M. (2002). Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular). La Habana: Editorial Caminos.

López-Pérez, R., & Spiegelman, E. (2013). Why do people tell the truth? Experimental evidence for purre lie aversion. Experimental Economics, 16(3), 223-247. DOI: http://dx.doi.org/10.1007/s10683-012-9324-x

Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Ediciones G. Gili, S.A.

Martín-Barbero, J. (2003). Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades. Revista Iberoamericana de Educación, 32. 17-34. Recuperado de http://goo.gl/cxgaut'

Martínez, P., & Echeverría, B. (2010). Formación basada en competencias. Revista de investigación educativa, 27(1), 125-147. Recuperado de http://goo.gl/EahVUI

Ministerio de Educación del Ecuador (2014). Regulaciones para el uso de teléfonos celulares en las instituciones educativas. Artículo 1. Recuperado de http://goo.gl/FbqPjo

Morin, E. (2001) Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Orozco, G. (1994): Al rescate de los medios. Desafío democrático para los comunicadores. México: Colección UIA: Ensayos del PROII- COM.

Presidencia de la República del Ecuador. Función Ejecutiva. (2011) LOEI. Ley Orgánica de Educación Intercultural. Registro Oficial N° 417. Recuperado de http://goo.gl/eseZpX

Prieto-Castillo, D. (2006). De la pequeña Lulú al estado preocupado. En línea. Prietocastillo.com. Recuperado de http://goo.gl/2JPnPw

RSS America LLC. (2015). RSS website. Recuperado el 3 de mayo de 2015 de https://www.rss.com/

Santibáñez, J. & Masanet, M. J. (2012). Valor que los estudiantes de los grados de Educación Infantil y Primaria otorgan a las dimensiones de la competencia mediática. Estudio de caso. DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia, (24), 1-12. Recuperado de http://goo.gl/IoJIYu

Savater, F. (1997). El valor de educar. Barcelona: Editorial Ariel, S. A.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Senplades. (2013). Plan Estratégico Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Gobierno Nacional de la República del Ecuador. En línea. Recuperado el 23 de Mayo de 2016 de http://www.buenvivir.gob.ec/herramientas

Tejada, J. & Navío, A. (2005). El desarrollo y la gestión de competencias profesionales: una mirada desde la formación. Revista Iberoamericana de Educación, 37(2), 14-28. Recuperado de http://goo.gl/NIsRB6

UNESCO (2011). Alfabetización Mediática e Informacional. Curriculum para Profesores. Ed. Wilson Carolyn, Grizzle Alton, Tuazon Ramon, Akyempong Kwame y Cheun Chikim. Recuperado de http://goo.gl/PbmJYK

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS
Casa Editora

Anexos

Casa Editora
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS

Anexo 1. Encuesta Competencia Mediáticas – Estudiantes

Versión impresa del cuestionario que en esta o en su versión digital se aplicó a los estudiantes seleccionados como muestra en este estudio.

Este cuestionario fue elaborado por el grupo español que trabaja en el proyecto y validado y adaptado al contexto ecuatoriano por la Universidad Técnica Particular de Loja, UTPL.

1. Edad

1. 14 **( )**
2. 15 **( )**
3. 16 **( )**
4. 17 **( )**
5. 18 **( )**

2. Sexo:

1. M **( )**
2. F **( )**

3. Tipo de Centro Educativo

1. Público **( )**
2. Privado **( )**

4. Nombre del Centro Educativo

.....

5. ¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?

1. Ninguna **( )**
2. Alguna **( )**
3. Bastante **( )**
4. Otro: .....

5.1 ¿Cómo la has adquirido?

1. Autodidacta (He aprendido por mí mismo) **( )**
2. Ayuda de compañeros y amigos **( )**
3. Conferencias **( )**
4. Talleres **( )**
5. Cursos específicos **( )**
6. No la he adquirido **( )**
7. Asignatura en el curso actual (cine, televisión, fotografía, comunicación digital) **( )**

6. ¿Cuál es el navegador que más utilizas?

1. Internet Explorer **( )**
2. Safari **( )**
3. Firefox **( )**
4. Google Chrome **( )**
5. En caso de ninguno de los anteriores escribe cuál: .....

6.1 Señala la razón principal por la que lo utilizas

1. Es el que venía pre-instalado en mi ordenador **( )**
2. Es el que conozco **( )**
3. Debido a sus características creo que es el más adecuado **( )**
4. Es más intuitivo **( )**
5. Es más rápido **( )**
6. Es más seguro **( )**
7. Por el diseño que presenta **( )**
8. Otro:.....

7. ¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?

1. Escribo todas las palabras de la consulta en un buscador del tipo Google, ojeo los primeros resultados que me ofrece y selecciono el que creo más conveniente.**( )**
2. Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos y las herramientas disponibles, escojo los términos o palabras claves, evitando ambigüedades; utilizo más de una herramienta de búsqueda y finalmente comparo y evalúo la información hallada para seleccionar la que más se adapte a mis objetivos.**( )**

8. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google, por ejemplo, para realizar la búsqueda de las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum?

Opción múltiple.

1. "Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum" **( )**
2. Etapas literarias Jorge Enrique Adoum **( )**
3. Obra Jorge Enrique Adoum **( )**
4. Jorge Enrique Adoum Literatura **( )**
5. Etapas literarias de Jorge Enrique Adoum **( )**
6. Etapas "Jorge Enrique Adoum" **( )**
7. Las etapas literarias de Jorge Enrique Adoum **( )**

9. Organiza por orden de importancia las siguientes páginas que utilizarías en el trabajo de Enrique Adoum, siendo la 1 la más importante y la 5, la menos importante.

Ten cuidado de no repetir ningún número.

1. Wikipedia **( )**
2. Monografías.com **( )**

3. Diccionario Bibliográfico ( )
4. Rincón del Vago ( )
5. Ecuador Literatura ( )

9.1.- ¿En qué te has basado para tomar tal decisión?

Opción múltiple.

1. El diseño de la página. ( )
2. Aparecen los nombres de los creadores y son personas o entidades reconocidas en el tema. ( )
3. Tiene fecha de creación y actualización. ( )
4. En la página aparecen todas las referencias de donde se ha tomado la información. ( )
5. El título corresponde exactamente con lo que estaba buscando. ( )
6. La información de la página proviene de una fuente confiable. ( )

10. Señala si conoces cómo:

1. Se crean contenidos en Wikipedia Si ( ) No ( )
2. Se suben archivos a *YouTube* Si ( ) No ( )
3. Se mantiene un Blog Si ( ) No ( )
4. Se publican fotos en *Flickr, Picassa*, *Instagram* u otros Si ( ) No ( )
5. Se accede a servicios RSS SI ( ) No ( )

11. Señala si has realizado alguna de estas actividades:

	Alguna Vez	**Con Frecuencia**	**Nunca**
1.- Participación en Wikipedia como creador de contenidos			
2. - Subida de archivos a *YouTube*			
3.- Mantenimiento de un blog			
4.- Publicación de fotos en *Flickr, Picasa, Instagram* u otros			
5.- Acceso a servicios RSS			

12. ¿Qué red social utilizas más?

Opción múltiple.

1. Facebook ( )
2. Twitter ( )
3. Google + ( )
4. Instagram ( )

5. Sonico ( )
6. Hi5 ( )
7. Otro:.....

12.1 Utilizas las redes sociales para:

Opción múltiple.

1. Estar en contacto con amigos, chatear ( )
2. Para informarte y compartir contenido ( )
3. Para jugar ( )
4. Para difundir información personal y confidencial ( )

13. ¿Crees que tienes una participación activa en los temas sociales y/o políticos (colaboración con ONG, debatiendo sobre temas de interés político o social, participando en concentraciones solidarias a través de las redes...) a través de las tecnologías o por medio de estas?

1. Sí ( )
2. No ( )
3. Nos/Noc ( )

13.1 ¿Cómo participas en dichos temas?

1. Difundiendo a través de las redes sociales informaciones relevantes sobre los derechos de las personas. ( )
2. A través de la participación activa en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos. ( )
3. Colaborando con ONG ( )
4. Haciendo sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos través de correos electrónicos o redes sociales. ( )
5. No participo ( )
6. Otro: .....

14. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.

Concepto	***Firewall***	***Google Docs***	***YouTube***	***Itunes***	**Tableta Gráfica**	**Objetivo**	***Podcast***	**Software**
1. - Radio difusión de noticias y eventos en formato sonoro, descargable de sitios web.								

2.- Lente o conjunto de lentes que permite ver las imágenes en la medida y en las características que se quiere.								
3.- Sitio web que permite a los usuarios subir, ver y compartir vídeos.								
4.- Parte de un sistema o una red que está diseñada para bloquear el acceso no autorizado, permitiendo al mismo tiempo comunicaciones autorizadas.								
5.- Conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador.								
6.- Tableros que se usan para hacer dibujos y gráficos con gran precisión.								
7.- Programa gratuito basado en web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo.								
8. - Programa de música que da acceso a millones de canciones.								

15. ¿Comprendes la información que trasmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?

1. Sí ( )
2. En algunos casos ( )
3. No ( )

16. ¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (icónico, imagen, verbal, visual, sonoro, entre otros) en el siguiente fragmento de película?

1. Se utilizan los primeros planos de Amelie para reflejar su estado sentimental.
2. Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal. ( )
3. La música, en este fragmento, cumple la función de potenciar aquellas emociones que no son capaces de expresar por sí solas las imágenes. ( )
4. La cámara subjetiva, cuando vemos a través de la mirada de Amelie hacia las cortinas de la puerta, se utiliza para dar mayor dramatismo a la escena ( )
5. La música sirve, en este fragmento de película, para ambientar la época y el lugar en que trascurre la acción. ( )

17. Lee atentamente y selecciona la opción correcta para cada una de las definiciones.

Concepto	Camarógrafo	Guionista	Cazador de tendencias	*Community manager*	Editor	Web master
1.- Es el encargado de recolectar información sobre temas de moda o tendencias, principalmente a través de Internet.						
2.- Es el encargado de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet.						
3.- Es el encargado de grabar las escenas y maneja la cámara.						
4.- Escribe con detalle el contenido de un documento audiovisual para su realización.						
5.- Es el encargado de programar aplicaciones en distintos lenguajes de programación informáticos						
6.- Monta las imágenes para que tengan sentido completo.						
7.- Es el responsable del mantenimiento o programación de un sitio web.						
8.- Distribuye los objetos en el decorado de una producción audiovisual.						

18. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otras publicaciones difundidas en la Web o emitida en algún medio de comunicación?

1. Sí **( )**
2. No **( )**
3. Lo haría, pero no sé dónde o a quién dirigirme **( )**

19. Creo que tengo motivos suficientes para quejarme de...

1. Programas concretos de la televisión privada. **( )**
2. Programas concretos de la televisión pública. **( )**
3. La programación completa de cadenas privadas. **( )**
4. La programación completa de cadenas públicas. **( )**
5. La privacidad en las redes sociales. **( )**
6. La vulnerabilidad de los datos en Internet. **( )**
7. Algunas cadenas de radio. **( )**
8. El acceso a páginas con limitación de edad. **( )**
9. Otro: .....

20. ¿Decides por ti mismo sobre qué ves?

1. Sí, normalmente se ve en la televisión de casa lo que a mí me gusta.
2. Sí, dispongo de televisión en el cuarto.
3. Sí, me descargo o veo directamente en Internet lo que me interesa.
4. No, mis padres o hermanos mayores deciden qué se ve en la televisión.
5. Solo algunas veces

21. ¿Qué te lleva a ver un determinado programa o película?

1. La crítica especializada. **( )**
2. Es una película taquillera o un programa con mucha audiencia. **( )**
3. Todo el mundo habla sobre dicho programa o película. **( )**
4. Aprendo con ese tipo de programas. **( )**
5. Es entretenido y me ayuda a distraerme. **( )**
6. Aparece publicado y compartido o retuiteado por muchas personas en mis redes sociales. **( )**
7. No me he parado a pensarlo, siempre he visto ese programa. **( )**
8. Me gusta el presentador o los actores. **( )**
9. Otro: .....

22. Tienes que presentar una fotografía tuya de un primer plano para una publicación importante.

Señala si los siguientes aspectos se pueden considerar motivos para desecharla.

1. Falta nitidez en el color	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
2. La imagen está totalmente centrada.	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
3. La imagen está situada algo a la izquierda.	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
4. Es en color.	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
5. Es en blanco y negro.	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
6. Está pixelada.	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
7. Tiene ruido	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
8. El fondo es liso	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**
9. El fondo tiene varios objetos	Sí **( )**	**No ( )**	**No sé ( )**

23. ¿Has editado o manipulado con programas de ordenador imágenes, vídeos o audio?

1. Sí ( )
2. No ( )
3. No sé ( )

23.1 De todas estas herramientas de edición. ¿Cuál o cuáles has utilizado?

1. Photoshop ( )
2. Final Cut Pro ( )
3. Paint ( )
4. Movie Maker ( )
5. Adobe Audition ( )
6. Adobe Premiere ( )
7. Sony Vega ( )
8. Adobe After Effects ( )
9. No he utilizado ninguna ( )

24. Elabora, con 5 de las 7 imágenes que siguen, una historia visualmente bien contada.

Tienes que partir de la imagen número 1 y ordenar las siguientes 4 imágenes.

1. Imagen A ( )
2. Imagen B ( )
3. Imagen C ( )
4. Imagen D ( )
5. Imagen E ( )
6. Imagen F ( )
7. Imagen G ( )

25. Quieres presentarte a un concurso de video en el que has de contar una historia con personajes. Del 1 al 7 ordena los pasos que debes seguir para realizar el producto.

Pasos	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4	Paso 5	Paso 6	Paso 7
1.- Insertar música.							
2.- Buscar locaciones.							
3.- Edición de video.							
4.- Insertar los créditos.							
5.- Hacer casting.							
6.- Escribir guion.							
7.- Grabar escenas.							

26. ¿Utilizas en tus trabajos recursos *creative commons*?

1. Sí **( )**
2. No **( )**
3. No sé lo que significa **( )**

27. Nombra y describe un anuncio que recuerdes

.....

27.1 ¿Por qué crees que recuerdas más este anuncio?

.....

.....

28. ¿Cuál de las siguientes imágenes que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?

1. Imagen A **( )**
2. Imagen B **( )**

28.1 ¿Por qué has escogido esta página?

1. El efecto visual es agradable debido a la armonía en la composición de los elementos. **( )**
2. Hay armonía en los elementos, pero destaca el objeto clave situándolo en un primer plano. **( )**
3. Utiliza colores llamativos que dan sensación de acción, movimiento... **( )**
4. La gama de colores es uniforme, utilizando el tamaño o la forma para destacar contenidos importantes. **( )**
5. El color de fondo y la fuente facilitan la lectura. **( )**
6. Las imágenes y gráficos se integran bien con el diseño haciéndolo más atractivo. **( )**
7. El elemento principal está en segundo plano. **( )**
8. Otro: .....

29. Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite.

1. La PlayStation tiene unas características que la hacen superior a otras consolas**()**
2. Sensación de poder **( )**
3. Con la PlayStation puedo hacer cualquier cosa **( )**
4. No transmite nada **( )**

29.1 ¿Crees que el anterior anuncio podría influirte llevándote a comprar el producto, si pudieras comprarlo?

1. Sí **( )**
2. Tal vez **( )**
3. No **( )**

29.2 ¿Puede influir en otras personas?

1. Sí **( )**
2. No **( )**

29.3 ¿Por qué les influye?

1. Por los argumentos ( )
2. Por las emociones ( )
3. Por los argumentos y las emociones ( )
4. No les influye ( )
5. No sé ( )

30. Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones.

1. De acuerdo ( )
2. En desacuerdo ( )
3. No sé ( )

31. Existen instituciones a las que me puedo quejar si me parece que una publicidad es inconveniente.

1. Sí ( )
2. No ( )
3. No sé ( )

31.1 ¿Te has dirigido alguna vez a ellas para quejarte?

1. Sí ( )
2. No ( )

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Encuesta Competencia Mediáticas - Profesores

Versión impresa del cuestionario que en esta o en su versión digital se aplicó a los profesores seleccionados como muestra en este estudio.

Este cuestionario fue elaborado por el grupo español que trabaja en el proyecto y validado y adaptado al contexto ecuatoriano por la UTPL.

1. Cantón:

a. Loja **( )**
b. Zamora **( )**

2. Edad:.....

3. Sexo:

a. Masculino **( )**
b. Femenino **( )**

4. Tipo de Institución Educativa

a. Pública **( )**
b. Privada **( )**
c. Fiscomisional **( )**

5. Nombre de la Institución Educativa: .....

6. Años de Docencia: .....

7. Profesor de:

(Opción Múltiple)

a. 10mo Año de Educación Básica **( )**
b. 1ero. de Bachillerato **( )**
c. 2do. de Bachillerato **( )**
d. 3ero. de Bachillerato **( )**

8. Grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital.

a. Ninguna **( )**
b. Alguna **( )**
c. Bastante **( )**

9. ¿Con cuáles de estos recursos tecnológicos cuenta su Institución Educativa?

(Opción Múltiple)

a. Computadoras **( )**
b. Pizarra digital interactiva (PDI) **( )**
c. Proyectores **( )**
d. Conexión a Internet **( )**
e. *Tablet PC* **( )**
f. Otros.....

10. ¿Una tab*let* permite almacenar, procesar la información y acceder a Internet?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

11. *Google, Safari, Bing* o *Yahoo*... ¿Son buscadores de Internet exentos de publicidad comercial?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

12. ¿Usar el GPS en la telefonía móvil permite la localización exacta de su ubicación?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

13. ¿Posee un *Smart Phone*?

a. Sí ( )
b. No ( )

14. ¿Para qué utiliza un *Smart Phone*?

a. Sólo para realizar llamadas y mensajes ( )
b. Revisar correo electrónico ( )
c. Conectarse a redes sociales ( )
d. Realizar consultas en la web ( )
e. Otros: .....

15. Los recursos educativos que utiliza con sus alumnos son:

a. Programas educativos comerciales ( )
b. Programas educativos de libre disposición ( )
c. Presentaciones (*PowerPoint*) ( )
d. Procesadores de texto (*Word, Excel*) ( )
e. Entornos virtuales de aprendizaje ( )
f. Blogs ( )
g. Portales educativos ( )
h. Redes sociales (*YouTube, Facebook, Twitter*...) ( )
i. Bancos de imágenes y sonidos ( )
j. Foros ( )
k. Otro: .....

16. Conozco las herramientas para el control de los contenidos de Internet en la Institución Educativa.

a. Sí ( )
b. No ( )

17. Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos.

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

18. ¿Es capaz de transformar alguna imagen, utilizando un programa específico para ello (*PhotoShop, Paint,* etc.)?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

19. En los mensajes de los medios (incluido Internet) ¿distingue los diferentes códigos (verbal, icónico, musical...) y los registros (formal, informal, culto, coloquial...) utilizados por el emisor?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

20. ¿Es capaz de comunicarse a través de los medios usando un lenguaje diferente según el contexto, el destinatario o la finalidad del mensaje?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

21. Se preocupa por usar adecuadamente los diferentes modos de comunicación (conceptual, imágenes, tonos de voz...) para mejorar el proceso educativo.

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

22. En Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos. ¿Existe un Consejo Audiovisual de ámbito Estatal?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

23. Las empresas y los profesionales de los medios, incluida la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, ¿disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

24. ¿Existe alguna asociación u organismo nacional, al que acudir cuando el usuario percibe algo insultante, injurioso o delictivo en televisión, radio o Internet?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

25. En nuestro país, ¿existe legislación que trata de proteger a la infancia de ciertos contenidos en la TV o en la radio, mediante el establecimiento de un horario infantil?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

26. ¿Conoce cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

a. Sí ( )
b. No ( )

27. ¿*Creative Commons* es una licencia para proteger los derechos de autor en la red?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

28. *Facebook* o *Twitter*, ¿pueden usar los datos personales y las fotos que sube, ya que usted cede los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

29. ¿Ha participado en los últimos cinco años en algún proyecto de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

30. Aunque no las comparta, puede distinguir las tendencias sociopolíticas de los medios de comunicación de mayor difusión.

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

31. Ante un tema que considero importante, la información procede:

a. De mi medio de información habitual. **( )**
b. Del medio informativo que considero más fiable. **( )**
c. Busco e interpreto información de distintas fuentes para construir mi propia opinión. **( )**

32. ¿Es posible tener una relación positiva con los medios, para proporcionar autonomía personal y transformación social?

a. Nada **( )**
b. Un poco **( )**
c. Bastante **( )**

33. ¿Una *webquest*, es una actividad didáctica orientada a la investigación donde toda o casi toda la información procede de la Web?

a. Sí **( )**
b. No **( )**
c. No lo sé **( )**

34. Ha usado los medios y tecnologías comunicativas para...

(Puede marcar más de una casilla)

a. Ocio **( )**
b. Acción social **( )**
c. Fines Académicos **( )**

35. Para valorar la fiabilidad de las informaciones que recibe de los medios ¿qué elementos toma en consideración?

(Puede marcar más de una casilla)

a. El propietario o titular del canal en que se emite la información. **( )**
b. El autor de la información. **( )**
c. El contenido de la información (coherente con otras informaciones y sus conocimientos) **( )**
d. Otro: .....

36. En los medios, ¿se difunden contenidos con estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico?

a. Nada **( )**
b. Un poco **( )**
c. Bastante **( )**

37. La identificación emocional con personajes y situaciones que aparecen en los medios, ¿Puede ampliar sus experiencias y favorecer conocimiento de sí mismo?

a. Nada **( )**
b. Un poco **( )**
c. Bastante **( )**

38. ¿Elabora mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

39. ¿Reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)?

a. Sí ( )
b. No ( )

40. ¿Es capaz de distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos cinematográficos (expresionismo, romanticismo, realismo, naturalismo, surrealismo, *underground, nouvelle vague*...)?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

41. ¿Internet es una herramienta que permite participar en acciones solidarias?

a. Sí ( )
b. No ( )
c. No lo sé ( )

42. ¿Se relaciona a través de los medios digitales con colegas y profesionales del ámbito educativo?

a. Nada ( )
b. Un poco ( )
c. Bastante ( )

43. Antes de introducir sus datos personales (nombre, cuenta corriente, teléfono...) en alguna web toma precauciones basándose en...

(Puede marcar más de una casilla).

a. Instinto personal. ( )
b. Guía determinada por el aspecto del sitio. ( )
c. Busca comentarios de otros usuarios. ( )
d. Confío mis datos a páginas Web que conozco. ( )
e. No confía nunca sus datos a ninguna página Web. ( )
f. Otro: .....

44. ¿Le gustaría recibir formación sobre el tema de competencia mediática?

a. Sí ( )
b. No ( )

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Resumen de los resultados obtenidos en estudiantes en cada dimensión

Anexo 3.1. Resumen de los resultados de la dimensión lenguaje

El rendimiento general de la **dimensión Lenguaje** de los estudiantes estuvo sobre la media, lo que nos lleva a suponer una mediana competencia, se podría decir que el nivel de interpretación y valoración de los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje no es del todo ideal, pero no se identificaron problemas mayores, al igual que en su capacidad para expresarse por diversos medios y para construir secuencias visuales.

En esta dimensión los estudiantes de los colegios fiscomisionales tienen el rendimiento más bajo en casi todas las preguntas.

Tabla 44. Resultados generales de la dimensión lenguaje por tipo de colegio

Lenguaje				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
15	Mediana	135,9	142,2	115,5
16	Alta	187,9	179,4	189,1
23	Mediana	126,2	133,8	114,6
23.1	Mediana	94,4	94,0	73,2
24	Baja	26,2	48,6	14,6
Total puntos		570,6	598,0	507,0
Porcentaje en categoría		**57,06**	**59,8**	**50,7**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a la edad, los resultados demostraron que los estudiantes menores, especialmente los de 14 años, tenían un rendimiento más bajo.

Tabla 45. Resultados generales de la dimensión lenguaje por edad

Lenguaje						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
15	Mediana	134,3	138,8	127,1	144,9	139,4
16	Alta	178,0	185,3	191,1	184,7	185,3
23	Mediana	113,6	120,6	132,6	142,4	144,4
23.1	Mediana	80,7	89,3	101,7	92,5	100,0
24	Baja	22,0	37,2	37,8	33,8	29,6
Total puntos		528,6	571,2	590,3	598,3	598,7
Porcentaje en categoría		**52,86**	**57,12**	**59,03**	**59,83**	**59,87**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En la tabla observamos que los estudiantes de género masculino realizaron un desempeño ligeramente superior que las estudiantes de género femenino, especialmente en cuanto al uso de herramientas de edición, en la que los hombres, acorde a los resultados, conocían y utilizaban más programas de edición de imágenes, audio y video (pregunta 23.1), en las demás preguntas la diferencia fue menor por género.

Tabla 46. Resultados generales de la dimensión lenguaje por género

Lenguaje			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
15	Mediana	143,8	130,5
16	Alta	182,2	187,4
23	Mediana	133,0	123,4
23.1	Mediana	105,2	81,3
24	Baja	34,6	31,4
Total puntos		598,8	554,0
Porcentaje en categoría		**59,9**	**55,4**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 3.2. Resumen resultados dimensión tecnología

La segunda dimensión mejor evaluada fue **tecnología**, en general los estudiantes obtuvieron resultados medios, aunque ligeramente inferiores en los estudiantes de colegios fiscomisionales.

Tabla 47. Resultados generales de la dimensión tecnología por tipo de colegio

Tecnología				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
6,1	Alta	173,6	175,4	170,7
7	Mediana	93,0	70,2	104,8
10	Mediana	101,3	122,0	87,8
11	Baja	17,4	17,5	17,1
12	Mediana	140,2	141,1	128
12,1	Alta	199,0	199,6	195,2
14	Mediana	101,0	119,8	85,4
23	Mediana	126,2	133,8	114,6
23.1	Mediana	94,4	94,0	73,2
Total puntos		1046,1	1073,4	976,8
Porcentaje en categoría		**58,12**	**59,63**	**54,27**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Los estudiantes conocían medianamente cuál era la mecánica detrás de actividades como crear contenidos en Wikipedia, subir archivos a *YouTube* o mantener un blog, sin embargo, eran actividades que la gran mayoría manifestó no haber realizado.

La exposición a la tecnología y sobre todo el uso de redes sociales, hace que en esta dimensión no se note mayor diferencia en los resultados si consideramos la edad de los encuestados.

Tabla 48. Resultados generales de la dimensión tecnología por edad

Tecnología						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
6,1	Alta	167,2	176,0	176,9	178,0	167,3
7	Mediana	86,4	72,6	97,0	91,6	91,8
10	Mediana	100,6	109,8	105,4	113,7	106,7
11	Baja	16,8	19,6	12,4	19,4	21,3
12	Mediana	146,4	139,3	133,7	141,6	129,3
12,1	Alta	198,0	199,0	200,0	198,4	196,8
14	Mediana	90,2	100,5	118,3	112,0	118,1
23	Mediana	113,6	120,6	132,6	142,4	144,2
23.1	Mediana	80,7	89,3	101,7	92,5	100,0
Total puntos		999,9	1026,7	1078,0	1089,6	1075,5
Porcentaje en categoría		**55,55**	**57,04**	**59,89**	**60,53**	**59,75**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Si bien los hombres manifestaron mayor conocimiento de la mecánica de las herramientas tecnológicas, fueron las mujeres quienes al parecer usan más las redes sociales y de más variadas características.

Tabla 49. Resultados generales de la dimensión tecnología por género

Tecnología			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
6,1	Alta	176,60	171,60
7	Mediana	80,60	90,80
10	Mediana	120,50	96,40
11	Baja	20,50	15,00
12	Mediana	133,20	143,70
12,1	Alta	198,30	199,00
14	Mediana	109,50	103,10
23	Mediana	133,00	123,40
23.1	Mediana	105,20	81,30
Total puntos		1077,40	1024,30
Porcentaje en categoría		**59,86**	**56,91**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 3.3. Resumen resultados dimensión recepción e interacción

La **dimensión recepción e interacción** resultó una de las dimensiones peor evaluadas, en la Tabla se observa con detalle los resultados de esta categoría por colegio.

Tabla 50. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por tipo de colegio

Recepción e Interacción				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
12	Mediana	140,2	141,1	128
12,1	Alta	199	199,6	195,2
13	Baja	29,4	43	24,4
13,1	Baja	69,2	47	74,3
18	Baja	40,6	85,7	41,4
20	Alta	147,9	157,9	154,9
26	Baja	36,4	10,4	9,8
29	Baja	74,8	90	65,8
29.1	Mediana	88,3	90,5	96,4
29.2	Baja	53,4	73,7	53,7
29.3	Mediana	124,8	123,9	131,8
30	Baja	88,2	77,2	70,8
31	Baja	61	82,8	68,2
31.1	Baja	12,2	17,6	7,4
Total puntos		1165,4	1240,4	1122,1
Porcentaje en categoría		**41,62**	**44,30**	**40,08**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En los resultados generales no se observó una variación significativa en función de la edad de los estudiantes, hay picos en ciertas derivaciones, pero en términos generales los resultados fueron uniformes en cuanto a una mediana competencia en esta dimensión, por lo que habría que preocuparse de mejorar el nivel de competencia en todos los grupos etarios por igual.

Tabla 51. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por edad

Recepción e Interacción						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
12	Mediana	146,4	139,3	133,7	141,6	129,3
12,1	Alta	198	199	200	198,4	196,8
13	Baja	34,8	31,4	27,2	42,4	39,4
13,1	Baja	66,5	52	62,7	72,1	62,4
18	Baja	57,5	60,7	51,4	58,4	33,1
20	Alta	146,4	153,5	153,9	148,4	165,6
26	Baja	31	26,4	15,4	22	26,2
29	Baja	69,6	72,6	88,8	88,2	82
29.1	Mediana	88,9	89,3	89,4	91,5	93,5
29.2	Baja	51,6	57,8	68,7	62,7	67,3
29.3	Mediana	111,7	121	132,5	136,4	132,8
30	Baja	69,6	91,2	72,2	96,6	85,2
31	Baja	63,2	73,6	67,4	72,8	72,2
31.1	Baja	16,8	12,8	13	13,6	9,8
Total puntos		1152	1180,6	1176,3	1245,1	1195,6
Porcentaje en categoría		**41,14**	**42,16**	**42,01**	**44,47**	**42,70**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto al género, los hombres nuevamente obtuvieron resultados ligeramente más altos que las mujeres, aunque en la participación activa en temas sociales y/o políticos, así como en las quejas sobre publicidad inconveniente, se distinguió una mayor diferencia en los resultados. Puede ser que la ventaja que tienen los hombres en cuanto al conocimiento y manejo de los medios les da mayor confianza al momento de utilizar la tecnología para expresar su posición en diversos temas de interés colectivo.

Tabla 52. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por género

Recepción e Interacción			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
12	Mediana	133,20	143,70
12,1	Alta	198,30	199,00
13	Baja	33,20	34,00
13,1	Baja	70,70	55,00
18	Baja	61,70	52,90
20	Alta	156,20	149,00
26	Baja	26,80	21,80
29	Baja	83,00	76,20
29.1	Mediana	103,80	78,90
29.2	Baja	70,70	52,80
29.3	Mediana	131,60	120,30
30	Baja	83,80	81,20
31	Baja	78,60	62,40
31.1	Baja	21,00	7,60
Total puntos		1252,6	1134,8
Porcentaje en categoría		**44,74**	**40,53**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 3.4. Resumen resultados dimensión producción y difusión

La **dimensión producción y difusión** fue la peor evaluada, en ella los estudiantes de los colegios privados (35,72%) obtuvieron los mejores resultados, seguidos de los estudiantes de colegios públicos (25,97%) y en último lugar los estudiantes de colegios fiscomisionales (19,93%). Como ya se explicó, el nivel de dificultad de las preguntas de esta categoría es superior y exige se demuestren los conocimientos, lo que evidentemente afecta los resultados de manera negativa.

Tabla 53. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por tipo de colegio

Producción y difusión				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
17	Mediana	85,8	101,2	68,4
24	Baja	26,2	48,6	14,6
25	Baja	43,8	64,5	36,6
Total puntos		155,8	214,3	119,6
Porcentaje en categoría		**25,97**	**35,72**	**19,93**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Los estudiantes más jóvenes presentaron mayor dificultad en esta categoría.

Tabla 54. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por edad

Producción y difusión						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
17	Mediana	74,1	82,4	101,8	97,5	99,9
24	Baja	22	37,2	37,8	33,8	29,6
25	Baja	38,1	42,6	66,2	55,1	54,2
Total puntos		134,2	162,2	205,8	186,4	183,7
Porcentaje en categoría		**22,37**	**27,03**	**34,30**	**31,07**	**30,62**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En esta dimensión son las mujeres quienes consiguieron resultados ligeramente superiores a los hombres, aunque en ambos casos bastante bajos.

Tabla 55. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género

Producción y difusión			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
17	Mediana	80,80	95,90
24	Baja	34,60	31,40
25	Baja	51,80	49,30
Total puntos		167,20	176,60
Porcentaje en categoría		**27,87**	**29,43**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 3.5. Resumen resultados dimensión ideología y valores

La **dimensión ideología y valores** fue en la única en la que los estudiantes de colegios públicos consiguieron resultados marginalmente más altos (44,68%) que los de los colegios privados (42,39%) y fiscomisionales (41,25%).

Tabla 56. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por tipo de colegio

Ideología y valores				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
7	Mediana	93	70,2	104,8
8	Mediana	105,5	101,6	95,1
9	Mediana	116	132,7	106,1
9.1	Mediana	126,7	120,3	117,1
13	Baja	29,4	43	24,4
13.1	Baja	69,2	47	74,3
19	Alta	150	149,7	153,6
21	Baja	75,4	77,3	71,9
26	Baja	36,4	10,4	9,8
27,1	Mediana	107,8	98	96,4
29	Baja	74,8	90	65,8
30	Baja	88,2	77,2	70,8
Total puntos		1072,4	1017,4	990,1
Porcentaje en categoría		**44,68**	**42,39**	**41,25**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

La edad no pareció afectar de manera particular las respuestas de los encuestados, en general los resultados fueron bajos y deberían reforzarse en todos los niveles.

Tabla 57. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por edad

Ideología y valores						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
7	Mediana	86,4	72,6	97	91,6	91,8
8	Mediana	96,1	98	104,7	107,7	123
9	Mediana	116,8	124,4	120,2	123,8	114,7
9.1	Mediana	120	120,6	131,4	122	121,2
13	Baja	34,8	31,4	27,2	42,4	39,4
13.1	Baja	66,5	52	62,7	72,1	62,4
19	Alta	134,9	161,4	152,1	155,2	139,3
21	Baja	85,1	74	69,8	69,5	85,3
26	Baja	31	26,4	15,4	22	26,2
27,1	Mediana	107,2	97,5	99,9	111,8	101,5
29	Baja	69,6	72,6	88,8	88,2	82
30	Baja	69,6	91,2	72,2	96,6	85,2
Total puntos		1018	1022,1	1041,4	1102,9	1072
Porcentaje en categoría		**42,42**	**42,59**	**43,39**	**45,95**	**44,67**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a género, obtuvimos casi un empate en los resultados generales, lo que refuerza lo analizado en cuanto a la edad, se deben reforzar todas las dimensiones de esta categoría.

Tabla 58. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género

Ideología y valores			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
7	Mediana	80,60	90,80
8	Mediana	100,70	104,80
9	Mediana	117,50	123,30
9.1	Mediana	118,60	127,10
13	Baja	33,20	34,00
13.1	Baja	70,70	55,00
19	Alta	147,90	152,30
21	Baja	75,70	75,60
26	Baja	26,80	21,80
27,1	Mediana	103,20	102,90
29	Baja	83,00	76,20
30	Baja	83,80	81,20
Total puntos		1041,7	1045
Porcentaje en categoría		**43,40**	**43,54**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 3.6. Resumen resultados dimensión estética

La **dimensión estética** fue la mejor evaluada, aunque sus resultados se limitan únicamente a tres preguntas.

Tabla 59. Resultados generales de la dimensión estética por tipo de colegio

Estética				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
16	Alta	187,9	179,4	189,1
22	Baja	19,8	25,9	24,4
28,1	Alta	153,5	149	157,2
Total puntos		361,2	354,3	370,7
Porcentaje en categoría		**60,20**	**59,05**	**61,78**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

No observamos mayor diferencia en las respuestas en cuanto a edad, salvo con los estudiantes de 14 años, quienes consiguieron los resultados más bajos.

Tabla 60. Resultados generales de la dimensión estética por edad

Estética						
Pregunta	**Competencia**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
16	Alta	178	185,3	191,1	184,7	185,3
22	Baja	22,6	21,5	19,6	23,6	31,2
28,1	Alta	143,2	154,3	153,8	158,4	152,5
Total puntos		343,8	361,1	364,5	366,7	369
Porcentaje en categoría		**57,30**	**60,18**	**60,75**	**61,12**	**61,50**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a género, son las mujeres las que alcanzaron un puntaje marginalmente más alto en esta dimensión, aunque no en la pregunta 22 que fue la de mayor dificultad.

Tabla 61. Resultados generales de la dimensión estética por género

Estética			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
16	Alta	182,20	187,40
22	Baja	23,30	21,80
28,1	Alta	146,00	157,30
Total puntos		351,5	366,5
Porcentaje en categoría		**58,58**	**61,08**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.

Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4 Resumen de los resultados obtenidos en profesores en cada dimensión

Anexo 4.1. Resumen de los resultados de la dimensión lenguaje

Los profesores obtuvieron el segundo puntaje más alto en la **dimensión lenguaje,** luego de la dimensión estética, y como se observa en la Tabla, son los profesores de colegios fiscomisionales los que mejores resultados consiguieron. Vale anotar que esta dimensión se midió con tan solo tres preguntas, por lo que es probable que se necesite profundizar en futuras investigaciones para llegar a resultados más concluyentes.

Tabla 62. Resultados generales de la dimensión lenguaje por tipo de colegio

Lenguaje docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
19	Mediana	98	118,4	137,1
20	Mediana	107,8	132,2	125,7
21	Alta	144	163,6	165,7
Total puntos		349,8	414,2	428,5
Porcentaje en categoría		**58,30**	**69,03**	**71,42**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Resulta evidente la mayor competencia de los profesores más jóvenes, lo cual tiene sentido en vista de que son ellos quienes más fácilmente adoptan las nuevas tecnologías dentro y fuera del aula, así como también quienes en términos generales demuestran mayor interés en el uso y aprendizaje de sus distintos lenguajes.

Tabla 63. Resultados generales de la dimensión lenguaje por edad

Lenguaje docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
19	Mediana	129,5	136,5	105,7	89,2	100
20	Mediana	145,9	133,9	121,6	100	77,8
21	Alta	172,1	164,9	158,6	137,3	133,2
Total puntos		447,5	435,3	385,9	326,5	311
Porcentaje en categoría		**74,58**	**72,55**	**64,32**	**54,42**	**51,83**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a género, los resultados fueron casi iguales, con una ligera ventaja para los hombres, lo que sigue una tendencia que se observó también con los estudiantes.

Tabla 64. Resultados generales de la dimensión lenguaje por género

Lenguaje docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
19	Mediana	120,7	103,2
20	Mediana	118,3	123,8
21	Alta	155,8	155
Total puntos		394,8	382
Porcentaje en categoría		**65,80**	**63,67**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4.2. Resumen de resultados dimensión tecnología

Tabla 65. Resultados generales de la dimensión tecnología por tipo de colegio

Tecnología docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
10	Alta	166,5	190,6	191,5
11	Mediana	124,3	126,1	97,2
12	Alta	167,2	184,6	165,8
14	Alta	136,6	166,6	149,9
15	Mediana	54	65,4	57,2
16	Mediana	67,2	92,8	91,4
17	Mediana	80,2	115,4	108,6
18	Mediana	82,9	104,1	120
Total puntos		878,9	1045,6	981,6
Porcentaje en categoría		**54,93**	**65,35**	**61,35**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Los resultados de esta dimensión se colocan entre los más altos de los profesores, y como se observa en la Tabla, fueron los profesores de los colegios privados los que mejores resultados consiguieron, y los de los colegios públicos los peores, aunque la diferencia podría ser bastante mayor si se toma en cuenta las diferencias existentes en términos de

acceso a las herramientas entre los profesores de los distintos tipos de colegios, como se ha explicado anteriormente.

Tabla 66. Resultados generales de la dimensión tecnología por edad

Tecnología docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
10	Alta	183,7	193,5	178,2	170,6	177,8
11	Mediana	132,8	119,5	124,5	116,7	122,2
12	Alta	167,2	176,6	181,2	170,6	200
14	Alta	166,7	160,6	158,8	141,6	75
15	Mediana	72,2	62,4	51	58,8	66,6
16	Mediana	95	98,8	83	58,8	88,8
17	Mediana	147,6	150,6	90,6	43,2	88,8
18	Mediana	132,7	132,6	86,7	59,7	77,7
Total puntos		1097,9	1094,6	954	820	896,9
Porcentaje en categoría		**68,62**	**68,41**	**59,63**	**51,25**	**56,06**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En esta dimensión al igual que en la anterior, fueron los profesores más jóvenes los que mejores resultados presentaron, mientras que los mayores como es de esperar por las barreras impuestas por la migración digital, obtuvieron los resultados más bajos.

Nuevamente son los profesores de género masculino quienes consiguieron mejores resultados, con lo que se mantiene la tendencia que se observa también entre estudiantes.

Tabla 67. Resultados generales de la dimensión tecnología por género

Tecnología docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
10	Alta	183,5	177,2
11	Mediana	119,5	125,4
12	Alta	171,8	178,4
14	Alta	155,7	155
15	Mediana	61,2	58,4
16	Mediana	101,2	63,8
17	Mediana	116,4	84,4
18	Mediana	107,7	86,4
Total puntos		1017	929
Porcentaje en categoría		**63,56**	**58,06**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4.3. Resumen de resultados dimensión recepción e interacción

Los resultados de esta dimensión se encuentran entre los más bajos de los profesores, de la mano de Ideología y valores, y de Producción y difusión, y nuevamente notamos mejores resultados en los profesores de los colegios privados (58,72%) que en los profesores de colegios fiscomisionales (55,95%) y públicos (51,11%).

Califican particularmente bajas las preguntas sobre la participación en proyectos de investigación, innovación o elaboración de materiales didácticos sobre competencias en medios de comunicación (pregunta 29), y sobre la *Webquest*, con la que la mayoría de encuestados no estuvieron familiarizados (pregunta 33).

Tabla 68. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por tipo de colegio

Recepción e interacción docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
29	Baja	30,2	53,6	34,2
33	Baja	39,4	65,4	68,6
41	Alta	156,6	171,4	160
42	Mediana	114,6	145,8	131,4
43	Baja	84,3	93,4	88,6
44	Alta	188,2	175	188,6
Total puntos		613,3	704,6	671,4
Porcentaje en categoría		**51,11**	**58,72**	**55,95**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

La tendencia de los resultados en cuanto a la edad se mantiene en esta dimensión, así los profesores más jóvenes (entre 21 y 39 años) consiguieron los mejores resultados y los mayores los más bajos.

Tabla 69. Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por edad

Recepción e interacción docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
29	Baja	49,2	46,8	47,2	29,4	22,2
33	Baja	59	83,2	47,2	39,2	44,4
41	Alta	173,8	166,2	158,4	162,8	155,6
42	Mediana	139,4	144,3	135,9	112,8	111
43	Baja	105	102,7	77,4	80,3	100
44	Alta	177	184,4	185	182,4	155,6
Total puntos		703,4	727,6	651,1	606,9	588,8
Porcentaje en categoría		**58,62**	**60,63**	**54,26**	**50,58**	**49,07**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a género, en esta dimensión la diferencia fue mínima, por lo que la capacitación es necesaria para ambos grupos con igual intensidad.

Tabla 70. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género

Recepción e interacción docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
29	Baja	45,8	37,8
33	Baja	64,8	45,4
41	Alta	154,2	173
42	Mediana	130,5	131,4
43	Baja	96	82,7
44	Alta	180	183,8
Total puntos		671,3	654,1
Porcentaje en categoría		**55,94**	**54,51**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4.4. Resumen de resultados dimensión producción y difusión

Esta fue la dimensión peor evaluada, lo que apunta a una baja competencia mediática en cuanto **producción y difusión**. Los profesores de colegios privados obtuvieron resultados ligeramente superiores, no obstante todos los grupos necesitan profusa capacitación para mejorar su competencia en los aspectos consultados.

Tabla 71. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por tipo de colegio

Producción y difusión docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
22	Baja	35,6	39,2	17,2
23	Baja	52,6	60,8	40
24	Alta	129	131	142,8
25	Alta	152,6	156	171,4
26	Mediana	67,2	83,4	97,2
27	Baja	26,4	38	17,2
28	Mediana	107,8	113	120
29	Baja	30,2	53,6	34,2
Total puntos		601,4	675	640
Porcentaje en categoría		**37,59**	**42,19**	**40,00**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a la edad, quienes presentaron resultados más bajos son los profesores que tienen entre 50 y 59 años, mientras que todos los otros grupos etarios obtuvieron resultados superiores, incluso aquellos que tenían de 60 a 71 años como podemos observar en la Tabla.

Tabla 72. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por edad

Producción y difusión docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
22	Baja	29,6	26	47,2	31,4	66,6
23	Baja	32,8	59,8	60,4	56,8	88,8
24	Alta	144,2	140,2	134	113,8	133,4
25	Alta	170,4	161	164,2	137,2	133,4
26	Mediana	108,2	109	69,8	47	44,4
27	Baja	36	21,6	32	19,6	22,1
28	Mediana	154	119,4	109,4	80,4	133,4
29	Baja	49,2	46,8	47,2	29,4	22,2
Total puntos		724,4	683,8	664,2	515,6	644,3
Porcentaje en categoría		**45,28**	**42,74**	**41,51**	**32,23**	**40,27**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

La edad no es un factor diferenciador, ambos géneros deben ser capacitados por igual como se observa en la Tabla siguiente:

Tabla 73. Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género

Producción y difusión docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
22	Baja	38,8	32,4
23	Baja	54,2	56,2
24	Alta	123,6	138,4
25	Alta	154,2	157,8
26	Mediana	78,8	76,8
27	Baja	36,4	26
28	Mediana	120	103,8
29	Baja	45,8	37,8
Total puntos		651,8	629,2
Porcentaje en categoría		**40,74**	**39,33**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4.5. Resumen resultados dimensión ideología y valores

Los resultados de esta categoría se encuentran muy cerca de la media y no hay diferencia mayor entre los profesores de los distintos tipos de colegios. La pregunta 33 fue la que obtuvo los resultados más bajos debido a que la mayoría de profesores no conocía o utilizaba *Webquest* como herramienta de estudio, investigación, enseñanza o aprendizaje.

Tabla 74. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por tipo de colegio

Ideología y valores docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
30	Mediana	113,8	134,4	140
31	Alta	138,9	145,8	148,5
32	Mediana	98,6	120,9	134,3
33	Baja	39,4	65,4	68,6
34	Baja	102,6	77,9	74,3
35	Alta	126,3	95,8	91,5
36	Alta	139,5	151,9	128,6
37	Mediana = 32	100,7	97,1	102,9
38	Mediana = 34	94	107,2	97,2
Total puntos		953,8	996,4	985,9
Porcentaje en categoría		**52,99**	**55,36**	**54,77**

Fuente: Estudiantes de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a la edad, esta es la única dimensión en la que los resultados más bajos los consiguieron los profesores más jóvenes (de 21 a 30 años), aunque en general los resultados apuntan a que hay muchos temas por reforzar en esta dimensión.

Tabla 75. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por edad

Ideología y valores docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
30	Mediana	134,4	131,2	124,5	120,5	111,1
31	Alta	142,7	161	130,2	145,1	122,1
32	Mediana	134,4	124,7	102,9	103,9	77,8
33	Baja	59	83,2	47,2	39,2	44,4
34	Baja	52,4	83,2	94,4	100	166,7
35	Alta	78,7	96,2	115	128,4	111
36	Alta	150,8	153,2	147,1	131,4	133,2
37	Mediana	126,3	100	99,9	82,3	88,9
38	Mediana	11,5	114,4	108,4	80,5	66,6
Total puntos		890,2	1047,1	969,6	931,3	921,8
Porcentaje en categoría		**49,46**	**58,17**	**53,87**	**51,74**	**51,21**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Los resultados nos demuestran que prácticamente hay un empate entre los resultados de hombres y mujeres, a diferencia de la mayoría de dimensiones en las que fueron los hombres los que alcanzaron los valores más altos.

Tabla 76. Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género

Ideología y valores docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
30	Mediana	128,8	123,8
31	Alta	148,9	137,8
32	Mediana	108,9	116,2
33	Baja	64,8	45,4
34	Baja	94,8	82,2
35	Alta	98,9	117,3
36	Alta	138,8	149,1
37	Mediana	101,8	96,8
38	Mediana	90,1	111,4
Total puntos		975,8	980
Porcentaje en categoría		**54,21**	**54,44**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

Anexo 4.6. Resumen resultados dimensión estética

Esta fue la dimensión mejor evaluada, pero sus resultados provienen de apenas dos preguntas, por lo que se sugiere que se debería profundizar para obtener resultados más sólidos.

Tabla 77. Resultados generales de la dimensión estética por tipo de colegio

Estética docentes				
Pregunta	**Competencia**	**Público**	**Privado**	**Fiscomisional**
39	Alta	156,6	167,8	171,4
40	Mediana	107,2	122,6	117,1
Total puntos		263,8	290,4	288,5
Porcentaje en categoría		**65,95**	**72,60**	**72,13**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En cuanto a edad, nuevamente son los más jóvenes quienes mejores resultados tuvieron, aunque en realidad todos los grupos etarios consiguieron resultados sobre la media.

Tabla 78. Resultados generales de la dimensión estética por edad

Estética docentes						
Pregunta	**Competencia**	**De 21 a 30 años**	**De 31 a 39 años**	**De 40 a 49 años**	**De 50 a 59 años**	**De 60 a 71 años**
39	Alta	186,8	171,4	156,6	153	133,4
40	Mediana	113,1	126	111,3	113,7	111,1
Total puntos		299,9	297,4	267,9	266,7	244,5
Porcentaje en categoría		**74,98**	**74,35**	**66,98**	**66,68**	**61,13**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

En esta dimensión las mujeres alcanzaron mejores resultados que los hombres, con casi una alta competencia en esta dimensión, aunque vale nuevamente mencionar que se sugiere se profundice en el estudio para cubrir con mayor profundidad los indicadores de esta dimensión.

Tabla 79. Resultados generales de la dimensión estética por género

Estética docentes			
Pregunta	**Competencia**	**Masculino**	**Femenino**
39	Alta	160	186,4
40	Mediana	118,3	112,9
Total puntos		278,3	299,3
Porcentaje en categoría		**69,58**	**74,83**

Fuente: Profesores de los colegios del distrito sur de la ciudad de Cuenca.
Nota: El puntaje máximo posible en cada pregunta es 200.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
50 AÑOS
Casa Editora

ISBN: 978-9978-325-61-2



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY