



TÍTULO

EDUCOMUNICACIÓN EN LA TITULACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTPL

UNA VALORACIÓN DE LA EDUCOMUNICACIÓN COMO “CAMPO DEL SABER” A TRAVÉS DE LA PERCEPCIÓN DEL GESTOR ACADÉMICO Y LOS DOCENTES

AUTORA

Ana María Beltrán Flandoli

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2017

| | |
|------------------------|--|
| Directora | Dra. María Amor Pérez Rodríguez |
| Curso | <i>Máster Oficial Interuniversitario en Comunicación y Educación Audiovisual (2015/16)</i> |
| Instituciones | Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva |
| ISBN | 978-84-7993-762-1 |
| © | Ana María Beltrán Flandoli |
| © | De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía |
| Fecha documento | 2016 |



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

Educomunicación en la Titulación de Comunicación Social de la UTPL

Una valoración de la Educomunicación como «campo del saber»
a través de la percepción del gestor académico y los docentes.



Ana María Beltrán Flandoli

Máster Interuniversitario en Comunicación y Educación Audiovisual
2016

**Educomunicación en la Titulación de
Comunicación Social de la UTPL**

Una valoración de la Educomunicación como «campo del saber» a través de la percepción del gestor académico y los docentes

Dirección M. Amor Pérez Rodríguez
Curso Máster Oficial en Comunicación y Educación Audiovisual (2016)
© Ana María Beltrán Flandoli
Fecha 2016



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.

Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.



Educomunicación en la Titulación de Comunicación Social de la UTPL

Una valoración de la Educomunicación como «campo del saber» a través
de la percepción del gestor académico y los docentes

Ana María Beltrán Flandoli

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE MASTER

Dirección

Dra. María Amor Pérez Rodríguez

**Máster Interuniversitario
en Comunicación y Educación Audiovisual
2016**

Dedicatoria

A mi Ana Victoria, el motor de mi vida, los ojos de mi mundo, mi verdad, mi luz.

A los profes de la titulación a través de quienes pude conocer muchas realidades impresionantes sobre un tema que me apasiona:
La Educomunicación.

A M. Amor, por su ayuda, su dedicación y llamado a la constancia como directora de mi trabajo.

Índice

| | |
|--|-----------|
| PRELIMINARES | 7 |
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| MARCO TEÓRICO | 13 |
| 1. EDUCOMUNICACIÓN: EDUCAR EN COMUNICACIÓN..... | 12 |
| 1.1. <i>Importancia del concepto de Educomunicación</i> | 13 |
| 1.2. <i>Institucionalización y desarrollo del concepto</i> | 14 |
| 1.3. <i>Historia y validez científica del concepto</i> | 16 |
| 1.4. <i>Organizaciones precursoras en América Latina</i> | 19 |
| 1.5. <i>Perspectiva dialógica de la relación entre comunicación y educación</i> | 20 |
| 1.6. <i>Justificación de la propuesta educadora</i> | 21 |
| 2. LA COMPETENCIA MEDIÁTICA..... | 22 |
| 2.1. <i>Concepto de competencia mediática</i> | 22 |
| 2.2. <i>De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática</i> | 23 |
| 2.3. <i>La Alfabetización Mediática</i> | 24 |
| 2.4. <i>Dimensiones e indicadores de la competencia mediática</i> | 25 |
| 3. EDUCOMUNICACIÓN COMO CAMPO DEL SABER..... | 29 |
| 3.1. <i>La competencia mediática en la formación universitaria y en los estudios de comunicación</i> | 30 |
| 3.2. <i>Los profesores universitarios como agentes de cambio</i> | 34 |
| 3.3. <i>La Educomunicación en la propuesta educativa ecuatoriana</i> | 36 |
| 3.4. <i>Abordaje del currículo de la Titulación (carrera) de Comunicación Social y su relación con la perspectiva educadora</i> | 38 |
| INVESTIGACIÓN | 40 |
| 1. CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 41 |
| 2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 42 |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL..... | 42 |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 42 |
| 3. DISEÑO METODOLÓGICO..... | 43 |
| 4. METODOLOGÍA PROPUESTA..... | 44 |
| 4.1. <i>Análisis de contenido</i> | 44 |
| 4.1.1. <i>Tipo de análisis de contenido</i> | 45 |
| 4.1.1.1. <i>Proceso de construcción del instrumento para el análisis de contenido</i> | 45 |
| 4.1.1.1.1. <i>Desarrollo del proceso</i> | 46 |
| <i>Matriz de relación entre los componentes y las dimensiones de la competencia mediática</i> | 48 |
| <i>Matriz de relación entre las categorías y subcategorías de análisis con las áreas clave del Currículo AMI</i> | 53 |
| 4.1.1.2. <i>Instrumento de análisis de contenido</i> | 56 |
| 4.2. <i>Entrevista</i> | 57 |
| 4.2.1. <i>Diseño y estructuración de la entrevista</i> | 58 |
| 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 59 |
| 5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 61 |
| 5.1.1. <i>Experiencia de los docentes de la carrera de Comunicación Social de la UTPL, como punto de análisis previo de su sensibilidad ante las necesidades de Educomunicación en la titulación</i> | 61 |
| 5.1.2. <i>Conocimiento de los docentes sobre el concepto de educación mediática</i> | 62 |
| 5.1.3. <i>Formación específica en este campo y participación en actividades de índole investigativa y de vinculación con la sociedad por parte de los docentes</i> | 63 |
| 5.1.4. <i>Investigación realizada en la UTPL relacionada al tema</i> | 63 |
| 5.1.5. <i>Importancia otorgada al concepto de Educomunicación</i> | 65 |
| 5.1.6. <i>Actividades formativas</i> | 68 |

| | |
|---|-----------|
| 5.1.6.1. Presencia del concepto Educomunicación en el plan docente de las asignaturas (a modo de un abordaje de sus contenidos y resultados de aprendizaje) | 68 |
| 5.1.7. Metodología del docente (relación con los conceptos de la Educomunicación)..... | 78 |
| <u>CONCLUSIONES Y LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</u> | 82 |
| 1. DISCUSIÓN..... | 83 |
| REFERENCIAS | 88 |
| <u>ANEXOS</u> | 93 |

Preliminares

Introducción

El ecosistema comunicativo actual presenta algunas características que lo hacen inigualable al de otros tiempos, aludiendo directamente a los procesos educativos debido a que los flujos de información están ahora dentro y fuera de la educación formal.

En general, el panorama en Ecuador apegado al contexto latinoamericano, denota que existen algunos conocimientos sobre el uso de aparatos digitales, pero no se ha profundizado en aspectos como el análisis de contenidos y las bondades educativas de estos como herramienta (Marín, Rivera & Celly, 2014). Por ello sigue siendo de mucha importancia la presencia del maestro para que guíe y monitoree continuamente estos entornos.

Ferrés y Piscitelli (2012) resaltan que se «han expandido como nunca las posibilidades de que cualquier ciudadano pueda hacer llegar su mensaje, personal o colectivo, al resto de la sociedad». Esto frente a la concentración mediática a la que se exponen los ciudadanos, resulta en la complejidad de sumar a las TIC como herramienta poderosa en los modelos educativos contemporáneos. Es trascendental la compaginación de una cultura participativa con el desarrollo de la capacidad crítica de su uso.

Estimular la creatividad permite en los entornos educativos, generar resultados de aprendizaje gracias a la motivación. Hoy por hoy los proyectos educomunicativos deben permitir que los estudiantes practiquen, emprendan y transformen; y sean capaces de formular esas «nuevas preguntas» ante entornos tan divergentes.

La exigencia de adecuar las prácticas educativas a la sociedad actual e introducir el uso de los medios de comunicación social y las tecnologías de la información y la comunicación en el salón, es la piedra angular de este trabajo de investigación. Su objeto es poner a la Educomunicación como clave en el currículo formal de la universidad, con lo que se quiere trasladar de forma integral, contenidos y estrategias de aprendizaje actualizados, que entonen con las nuevas perspectivas que tienen los profesionales en formación debido a la abundante carga informativa que procede de diversas fuentes distintas a la escuela y a la multiplicidad de formas que ha tomado el texto en los nuevos soportes del conocimiento basados en el uso de la tecnología.

Justamente, al proponer a la Educomunicación como *campo del saber*, nos enmarcamos tanto en sus elementos epistemológicos como aquellos que son –observables– en sus prácticas, constituyendo un nuevo eje que establezca la importancia de la competencia mediática en el ámbito de enseñanza universitaria. Para ello, varias han sido las contribuciones que se han realizado en este campo, con la finalidad de aproximar científicamente los aspectos de educación sobre el consumo, recepción y producción a través de medios de comunicación y nuevas tecnologías.

Este campo del saber en gestación, se presenta como una realidad interdiscursiva en movimiento, que no corresponde únicamente a una nueva disciplina a ser añadida rígidamente en un currículo académico, sino que se reconoce como un nuevo paradigma que se vivencia y se estructura desde sus actores sociales a través de distintas áreas de intervención (Soares, 2000, p. 25).

Desde este enfoque es necesario documentar tanto el estado actual de la materia a través de la recolección de los aportes y sustentos teóricos en los que se enmarca, como las condiciones de la práctica educativa enmarcada en el programa formativo de la Titulación (carrera) de Comunicación Social en la Universidad Técnica Particular de Loja.

Estas dos macro-actividades permitirán encontrar puntos fuertes para el objetivo de este estudio, así como determinar las necesidades y carencias de contenido y formación en cuanto a temas del axioma educomunicativo.

El desarrollo la competencia mediática y sus estudios evaluativos, son muy relevantes en el panorama de la educación actual. Uno de sus retos es llevar a los jóvenes profesionales a tomar conciencia del uso que le dan a la tecnología como herramienta de aprendizaje y su responsabilidad en el consumo y producción de mensajes mediáticos, como legado de su trabajo profesional.

Esto implica, sin reducciones, que también los profesores hayan recibido formación adecuada en la materia. Con tal fundamento, en esta investigación se indaga sobre la situación de la connotación permanente que el profesorado debe tener respecto de la educación en medios digitales.

En resumen, la situación que vive la sociedad actual, con la utilización masiva de las tecnologías de la información y comunicación, reclama una profunda reestructuración del sistema educativo a todo nivel. El compromiso de reflexión sobre el proceso de enseñanza – aprendizaje de los futuros comunicadores, se erige como crucial para promover la transversalidad de las propuestas educomunicativas.

Marco Teórico

1. Educomunicación: Educar en comunicación

Históricamente, la educación se ha asociado a la escuela como el único lugar donde pudieran suceder procesos educativos formales y pertinentes. Por su parte la comunicación ha estado tradicionalmente vinculada exclusivamente a los medios de comunicación masiva. Para estos dos casos esta connotación de vinculación se relaciona con la visión específica de sus quehaceres científicos y sus responsabilidades.

Pero con el paso de los años y a través de observaciones más profundas y amplias, hechas desde la concepción de la Sociología de la Educación o la Teoría de la Comunicación, la comunicación se ha entendido como *producción social de sentido* y la educación, como un proceso de formación de sujetos.

A partir de esta idea, la comunicación trasciende el ámbito exclusivo de los medios para recuperar el sentido experiencial del término: diálogo, intercambio, relación de compartir. La educación por su parte, ya no se circunscribe sólo al ámbito de las instituciones educativas, para dar lugar al análisis de otros espacios sociales que desarrollan prácticas educativas.

A propósito Arenas (2012, p. 16-17), entrevistaría a Gabriel Kaplún para recoger lo siguiente:

Si los medios de comunicación en la educación cumplen sobre todo un papel de expresión de los estudiantes, más que de transmisión de los docentes, o bien un medio de inter-aprendizaje entre docentes y entre estudiantes y todos juntos, creo que están cumpliendo el mejor papel que pueden cumplir, como bien plantean las

perspectivas constructivistas de la educación, se aprende al comunicar. El estudiante que escribe una nota para una revista, que prepara un programa de radio o video, está haciendo no sólo un ejercicio de expresión de lo que ya pensó, sino que está pensando en realidad, no sólo la expresión de lo que investigó, sino que tiene que salir a investigar. Entonces estos medios terminan convirtiéndose en una formidable herramienta para pensar y para aprender; (...), el uso más tradicional como medios didácticos, no deja de ser útil, pero creo que reducirlos a eso empobrecería esta perspectiva; (...); creo que más bien hay que pensarlo en esta perspectiva amplia, que son medios de expresión que permiten, usándolos en espacios educativos, ser herramientas de aprendizaje.

1.1. Importancia del concepto de Educomunicación

Educación en el mundo actual no es tarea posible sin atender a los cambios operados en la dimensión comunicativa del ser humano y la sociedad, asimilables ahora más que nunca desde el cristal de lo tecnológico y lo digital.

Como han señalado diversos organismos internacionales como la Comisión Europea, la UNESCO y la ONU, estamos frente a la urgencia de abordar educativamente un proceso de multialfabetizaciones que afectan al mundo contemporáneo no solo en el lenguaje formal de la comunicación y sus medios, sino en un sentido amplio a los procesos de transmisión, interpretación y producción de conocimientos y por ende a su trasfondo económico, político y cultural (Ferrés, García Matilla y Aguaded, 2011).

Para este propósito es necesario analizar que la Educomunicación como base de la educación en medios, ha traspasado las paredes de la escuela y los medios de comunicación se han convertido en un factor directo para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

1.2. Institucionalización y desarrollo del concepto

De 1979 a 1984, la Unesco recogió la visión de expertos en la temática y formularía luego de la reunión en su sede en París, el documento *La educación en materia de comunicación*, que introduce el término «Educomunicación», para señalar «la indispensable relación entre la didáctica, enseñanza o instrucción y la comunicación, no solo desde la perspectiva de utilización de los recursos mediáticos y tecnológicos, sino para promover la participación ciudadana, la expresión libre y el derecho a la comunicación responsable» (UNESCO, 1984, p. 5).

Con este efervescente interés suscitado entre academia, estado y organismos independientes, por llegar a postulados comunes sobre los objetivos trascendentales en materia educomunicacional, la disciplina tuvo su impulso inicial entre los años 70 y 80 cuando inició a la par la búsqueda de la interacción educativa entre medios de comunicación y sistema escolar. En ese período surgieron en todo el mundo experiencias de televisión que pretendían ser útiles a la educación. En Europa, la BBC y en Estados Unidos la NBC, fueron pioneras en preocuparse por la educación de los telespectadores en materia de comunicación, modificando el tópico que identificaba a la televisión educativa como inicua y estática.

Hoy la Educomunicación, afronta nuevos retos en una sociedad que vive entre pantallas (Jacquinot, 1997), incidida por la globalización y determinada por condiciones de acceso a la tecnología. Desde finales de la década de los noventa y comienzos del siglo XXI nos encontramos con un escenario con motores de cambio a escala mundial: la virtualidad y el desarrollo imparable de las tecnologías digitales de la comunicación.

Precisamente, estos son los elementos que configuran el objeto de estudio, investigación y producción de la Educomunicación y su práctica discursiva. La digitalización del mundo a partir del desarrollo de la Web 2.0, ha permitido también desarrollar aspectos nunca abordados hasta ahora en la rama de la Educomunicación: la interactividad, la inmersión, la participación y la convergencia.

Ferrés, García Matilla y Aguaded, (2011) han señalado que educar en materia de comunicación, es una tarea que debe ser enfocada mediante la concepción integral de la dimensión comunicativa de todo acto educativo. Como pieza de engranaje crucial en esta definición, Buckingham, Tisseron, Bazalgette, entre otros relevantes investigadores, pusieron de manifiesto en el II Congreso *Media Literacy in Europe: controversies, challenges and perspectives*¹ celebrado en Italia en 2009, que la investigación en Educación Mediática –o Media Literacy– debe contribuir e impulsar la evaluación de las acciones en educación para los medios a nivel global.

Aunque en la actualidad ciertamente existe una conciencia internacional sobre la necesidad de formular acciones de este tipo a gran escala, que promuevan la sostenibilidad de las prácticas educomunicativas; es también significativa la falta de una definición precisa y consensuada de qué comporta ser competente mediáticamente, (Ferres, 2007, p. 101) tanto para el entorno escolar como en el social.

Sin embargo, para efectos de soporte teórico de nuestro análisis tomamos para el presente trabajo la connotación que nace como producto de la investigación y propuestas

¹ Documento digital con conclusiones del congreso:
http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc_ENG.pdf

prácticas de varios autores pioneros en el campo de la Educomunicación en Iberoamérica, bajo la compilación escrita *Educomunicación: Más allá del 2.0*.²:

La Educomunicación, por tanto, es un campo de estudios teórico-práctico que conecta dos disciplinas: la educación y la comunicación con el fin de llegar a la comprensión crítica de estas dos vertientes tanto en el currículo formal de educación, como el procesamiento de mensajes provenientes de los medios de comunicación y en el procesamiento de los mensajes propios (Aparici 2010, p. 9).

1.3. Historia y validez científica del concepto

Hace más de 30 años, la UNESCO en la Declaración de Grunwald (1982), hacía alusión a que «el sistema político y el sistema educativo han de reconocer su obligación de promover entre sus ciudadanos una comprensión crítica del fenómeno de la comunicación». Dos años después, en 1984, es cuando se institucionalizó a nivel mundial el campo de estudios que interrelaciona educación y comunicación (Barbas Coslado, 2012).

En el contexto latinoamericano, en 1992 expertos globales convocados por UNESCO y CENECA³ se reunieron en Santiago de Chile para dialogar sobre la importancia de la relación entre Comunicación y Educación en los albores del siglo XXI. Acordaron que el concepto de Educomunicación «incluiría, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos

² Esta publicación recoge valiosos aportes de investigadores, educadores y comunicadores en materia de Educomunicación. Fue coordinada por Roberto Aparici y su primera edición salió en 2010.

³ Acrónimo de Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística.

comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad» (CENECA, 1992).

A partir de la segunda mitad del siglo XX, de manera casi simultánea comenzó a desarrollarse en diferentes contextos este nuevo campo de estudios. En Estados Unidos con el nombre Media Literacy, en el Reino Unido, Media Education, en Finlandia, Educación Liberal Popular Audiovisual (Aparici, 2010). Christ (2004), acota a esta diferenciación manifestando que las dos connotaciones que dieron pie a la formulación del término «Media» y «Literacy» han tenido tantas interpretaciones como personas proponentes, lo mismo ha sucedido con su propósito.

Por su parte, Barbas Coslado (2012, p. 163) aporta que las distintas denominaciones muestran enfoques diferenciados:

Mientras que las expresiones anglosajonas centran su atención en el manejo instrumental de los medios, las denominaciones utilizadas en el contexto iberoamericano hacen referencia a planteamientos dialógicos cercanos a la pedagogía crítica. De este modo, observamos un enfoque educomunicativo *instrumental* centrado en el manejo de la tecnología, por un lado, y la Educomunicación entendida como *proceso dialógico*, por otro.

Algunas de las preguntas que se han formulado en este intento de categorización de los objetivos de la educación y comunicación son: ¿Se debe estudiar los medios como medios o los mensajes que estos producen? ¿Deben ellos visualizar el contexto para su producción o su producción en sí? ¿Debe basar su accionar en alertar sobre los efectos de los MCM o trabajar en la habilidades o el conocimiento para reaccionar sobre estos efectos? (Christ, 2004, p. 93)

Reafirmando la trascendencia de estas cuestiones, la Proclamación de Alejandría acerca de la Alfabetización Informacional y el Aprendizaje de por Vida (2005), recalca la importancia de la educación mediática y sienta las primeras estrategias e investigaciones regionales y globales sobre el tema.

Es también importante mencionar el concepto del «emirec» propuesto por Cloutier (2010), este neologismo define un modelo de comunicación nuevo en el que los individuos deben comportarse como emisores y receptores simultáneamente en el proceso comunicativo. Encaja en este panorama como complementaria, la idea de los «prosumers» de Alvin Toffler.

Buckingham (2005, p. 23), señala que «el razonamiento en favor de la educación mediática se reduce esencialmente a un razonamiento para hacer que el currículo sea *relevante* para las vidas de los niños fuera de la escuela, y para la sociedad más amplia.» Así y como menciona este mismo autor, nuevamente y como en todo problema que debe resolver la educación, se vislumbra un debate de cuáles serían los objetivos y métodos de la instrucción en competencia mediática.

Finalmente, se debe señalar que en el ámbito de la Educomunicación, la producción científica se torna cada vez más abundante. Uno de los más importantes escritos en este tema es «Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges» (2009), editado por la ONU (Aoc), la Comisión Europea, UNESCO y GRUPO COMUNICAR, que refleja la globalización de la temática y la preocupación universal por las relaciones de la ciudadanía con los medios y el necesario desarrollo de competencias para apropiarse de éstos recursos mediáticos y digitales de una forma inteligente. También el estudio de la Comisión Europea (2011) es referente en este ámbito.

1.4. Organizaciones precursoras en América Latina

Así como en el mundo anglosajón se vincularon especialistas del Reino Unido, Canadá, Australia o Estados Unidos, otro tanto ocurrió en el contexto iberoamericano donde se desarrollaron propuestas de comunicación y cultura popular a partir de los principios pedagógicos de Paulo Freire, con su *Pedagogía del Oprimido* (2005).

La corriente de comunicación popular que se extendió en Centroamérica y Suramérica, llevó a algunos educadores a aplicar estas enseñanzas adaptadas al mundo del audiovisual. Mario Kaplún y Luis Ramiro Beltrán fueron algunos de los educomunicadores pioneros en utilizar la radio como el medio de comunicación para llegar a las comunidades campesinas e indígenas.

A partir de los años 80 en Chile, se trabajó en el *Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística, CENECA*, organización que nació con el objetivo de promover el intercambio pluricultural de propuestas para la educación y el uso democrático de los medios de comunicación.

En Ecuador, nace en 1959 el *Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL*, bajo el accionar en tres pilares: investigación, capacitación y producción de materiales audiovisuales.

Ya en los años 60, con su primer gran estudio morfológico de la prensa en Ecuador, este centro logró influencia en la remodelación de la enseñanza universitaria de la comunicación en Ecuador, proponiendo una estructura modelo, sugiriendo contenidos y particularmente entrenando a docentes para nuevas disciplinas mediante la edición de libros – texto para las nuevas generaciones de comunicadores de América Latina.

Actualmente bajo la propuesta de democratizar la comunicación, para democratizar la sociedad, CIESPAL ha renovado su carta de servicios, con el fin de que su capacitaciones apunten hacia los pilares de la Educomunicación de varios sectores de la ciudadanía para generar posibilidades reales de que ejerzan plenamente su derecho a la comunicación.⁴

1.5. Perspectiva dialógica de la relación entre comunicación y educación

Como punto de aproximación directa a la importancia de la Educomunicación y sus productos prácticos, es esencial mencionar los postulados hechos por Schaun (2002, p. 88), proponiendo tres perspectivas sobre esta interrelación:

1. Perspectiva de la autonomía irreconciliable entre los dos campos: Muchas veces, la casi nula conexión entre los programas de las facultades de comunicación y educación, genera contradicciones y posturas aisladas debido al enfoque funcionalista de las dos ciencias.
2. Perspectiva de alianza estratégica entre los dos campos a través de sus interfaces: La relación entre los dos campos se basa en la mutua prestación de servicios. Algunas líneas de trabajo conjunto aproximan a los profesionales de los dos campos, especialmente en los temas vinculados al uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza virtual o presencial o en la producción educativa por parte de los medios de comunicación de masas.
3. Perspectiva de la emergencia de un nuevo campo interdiscursivo y transdisciplinar: Se basa en referencias teóricas y metodologías construidas al partir de un nuevo perfil. propias con el surgimiento de un nuevo profesional,

⁴ El resumen de esta reseña fue elaborado con base a: <http://ciespal.org/>

cuyo perfil está siendo construido en la práctica de la acción comunicativa en espacios educativos.

1.6. Justificación de la propuesta educomunicadora

Para Agüaded (2011) hay que entender la Educomunicación como indispensable para trabajar la «competencia comunicativa», pues sus concepciones son indispensables a la hora de evaluar la interrelación personal y societaria actual en relación con los medios de comunicación. Solo luego de esto se podrá plantear como un ámbito de estudio que supere la visión reduccionista e instrumental que a menudo ha confundido a políticos, administradores y ciudadanos en general, ignorando sus inherentes cualidades y posibilidades de cara a la educación.

Según el mismo autor, la Educomunicación como campo específico del saber, puede justificarse a través de tres grandes paradigmas: Primero, la omnipresencia de los medios, es decir sus niveles de consumo actuales y la creciente saturación de éstos en la sociedad que justifican su presencia y correcto uso en los centros educativos y demás espacios de transmisión de conocimientos y valores; Segundo, los contenidos mediáticos, que tiene que ver con la realidad mediática ilusoria y fabricada a la que asistimos, que puede devenir en la manipulación informativa y Tercero, a los niveles de penetración, es decir a la importancia de la agenda ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación.

Con la mención de estos puntos, se desea afirmar la relevancia que tiene esta práctica en el panorama actual de la Universidad, para que coadyuve en la creación de un nuevo entorno de comunicación, en el que se invite al

procesamiento de la información de contexto de un modo útil a sus fines y a la propia producción de mensajes pertinentes, de la institución misma, hacia fuera.

2. La competencia mediática

2.1. Concepto de competencia mediática

El concepto de competencia que nació asociado al mundo laboral, gradualmente se ha ido integrando al currículo académico formal, hasta convertirse en el eje conceptual de la mayor parte de propuestas educativas, incluida la del nivel universitario en Ecuador.

Aplicada a la dimensión comunicativa, esta terminología ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural, -para- -desde- y -con- los medios de comunicación- y sus lenguajes y productos (Ferrés, 2007).

La educación mediática se centra en conceder a la ciudadanía las claves para acceder e interpretar los contenidos de los medios de comunicación; aquellas que le permitirán expresarse, seleccionar la información, ordenarla, utilizarla e interpretarla, para finalmente valorarla (Bauman, 2007).

Para llegar a definir la competencia mediática, es preciso comprender lo que significa y lo que implica la *alfabetización mediática* (Marín, Rivera y Celly, 2014), entendida como un proceso por el que las personas llegan a conseguir una educación tecnológica y mediática.

2.2. De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática⁵

La Educomunicación como campo formativo, busca que la ciudadanía aprenda a leer y escribir con los lenguajes de los medios de comunicación y tecnologías de la información y propone para ello desarrollar tanto la comprensión crítica, como la participación activa.

Esto implica, por un lado desarrollar la competencia mediática de los ciudadanos para que estén en condiciones de interpretar y valorar con criterio los productos mediáticos, pero también para que ellos mismos sean productores de medios; y por otro, trabajar la educación en comunicación audiovisual y digital, que gira alrededor del conocimiento de los lenguajes de la comunicación y de las capacidades creativas (Tyner, 2008).

El contexto de la competencia mediática entonces estaría tácitamente relacionado a estas dos vertientes: destrezas y actitudes en el aprovechamiento de los medios de comunicación y suficiencia en el uso de tecnologías de la información (Wilson, Grizzel, Tuazon, Akyempong & Cheung, 2011).

En alusión a la evolución de este término conforme los nuevos patrones de uso de la tecnología y el cambio de las nociones analógicas a las digitales, Ferrés (2006) menciona que el desarrollo de las destrezas comunicativas suponen desde ya en el individuo una imprescindible competencia en comunicación audiovisual, que entendemos como la capacidad de un individuo para interpretar y analizar, desde la reflexión crítica, las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo.

⁵ Título original de artículo publicado por Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce, que constituye referencia y contextualización sobre este tema.

La UNESCO en su documento *Alfabetización Mediática e Informativa*, *Curriculum para Profesores* (Wilson et al., 2011), también redefine este concepto, al combinar estas dos áreas fundamentales: la alfabetización informativa, que enfatiza la importancia de acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información y por otro lado la alfabetización mediática, que desarrolla 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.

Para afianzar la idea de este epígrafe como sustento teórico de la presente investigación, podríamos expresar que la «competencia comunicativa» está en la actualidad inmersa en un entorno digital. Por lo tanto esos conocimientos, habilidades y capacidades, en unión de los valores y actitudes, sirven para alcanzar objetivos de competencias audiovisuales y han de ser aprendidas y aplicadas con herramientas digitales. En este sentido, la persona que desarrolle esas competencias tendrá capacidad para desenvolverse en distintas dimensiones, entre las que destacan la comunicativa y la tecnológica. Este razonamiento se puede resumir alrededor de seis «C» de competencias clave de la educación en medios: comprensión, capacidad crítica, creatividad, consumo, ciudadanía y comunicación intercultural (Frau-Meigs &Torrent, 2009, p. 9).

2.3. La Alfabetización Mediática

Una definición ampliada de la UNESCO sobre la alfabetización⁶, indica que importante trabajar cada más en el grado de habilidad, no solo la que adquiere el aprendiz, si no de quién enseña, proponiéndose objetivos cada vez más elevados que generen resultados eficaces y evidenciables. Con estos antecedentes se consideraría que una persona alfabetizada mediáticamente sería aquella que:

⁶ Se puede ver en: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/education-building-blocks/literacy/programme-design-delivery/>

- Se siente cómoda con todos los medios de comunicación existentes.
- Utiliza activamente los medios y aprovecha el potencial para el entretenimiento, acceso a la cultura, diálogo intercultural y aplicaciones para el aprendizaje y la vida cotidiana.
- Recibe los mensajes de los medios con sentido crítico en cuanto a la calidad y precisión de contenidos para evaluar la información.
- Utiliza los medios con creatividad como canal de distribución y difusión de imágenes e información.
- Comprende la economía de los medios y las diferencias entre pluralismo y acaparamiento de medios.
- Es consciente de asuntos relacionados con la propiedad intelectual y la legalidad en la doble capacidad de consumidores y productores de contenidos.
- Realiza un uso lúdico de los medios y creativo de los medios.

2.4. Dimensiones e indicadores de la competencia mediática

El concepto de competencia mediática involucra el dominio de seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012):

- Lenguaje
- Tecnología
- Procesos de interacción
- Procesos de producción y difusión
- Ideología y valores
- Estética

A su vez estas dimensiones se estudian mediante indicadores relacionados a dos ámbitos: análisis y expresión. Estos indicadores tienen que ver, según los casos, con el nivel de participación de las personas que reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y de cómo las personas producen mensajes (ámbito de la expresión).

Para una lectura de la relación entre las dimensiones y los indicadores de su desarrollo en cada uno de los dos ámbitos propuestos: análisis y expresión; se muestran a continuación una serie de tablas resumen por cada dimensión.

| 1. Lenguaje | |
|------------------------------------|---|
| A.1. Ámbito del análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de comprender de flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de establecer relaciones entre textos- intertextualidad-, códigos y medios, elaborando conocimientos abiertos, sistematizados e interrelacionados. |
| A.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de elegir entre distintos sistemas de representación y distintos estilos de función de la situación comunicativa, del tipo de contenido que hay que transmitir de interlocutor. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor. |

Tabla 1. Competencia Mediática. Dimensión del Lenguaje.

| 2. La tecnología | |
|------------------------------------|---|
| B.1. Ámbito de análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Comprensión del Papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales |
| B.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde a conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad. |

Tabla 2. Competencia Mediática. Dimensión de la Tecnología.

| 3. Procesos de interacción | |
|------------------------------------|---|
| C.1. Ámbito de análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de selección de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de dibujar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individualidad o colectivamente: qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un periodo de medios de transfrontera. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje. |
| C.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones. |

Tabla 3. Competencia Mediática. Dimensión de Procesos de Interacción.

| 4. Procesos de producción y difusión | |
|---|---|
| D.1. Ámbito del análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos sobre los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| D.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de compartir y diseminar información, a través de los medios tradicionales y de las redes sociales, incrementando la visibilidad del mensaje, en interacción con comunidades cada vez más amplias. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de manejar la propia identidad online/ offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de gestionar el concepto de auditoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los creative commons. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de generar redes de colaboración, retroalimentación y actitud comprometida ante ellas. |

Tabla 4. Competencia Mediática. Dimensión de Procesos de Producción y Difusión.

| 5. Ideología y valores | |
|------------------------------------|--|
| E.1. Ámbito de análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de descubrir la manera de cómo las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad a menudo mediante comunicaciones inadvertidas. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogenización cultural que ejercen los medios. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potenciar mecanismos de manipulación o como oportunidad para conocerlos, mejorar nosotros mismo y para abrirnos a otras experiencias. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| E.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |

Tabla 5. Competencia Mediática. Dimensión de ideología y Valores.

| 6. Estética | |
|------------------------------------|--|
| F.1. Ámbito de análisis | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera de cómo se comunica. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad para reconocer una producción mediática que se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas detectando influencias mutuas. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias. |
| F.2. Ámbito de la expresión | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética. |

Tabla 6. Competencia Mediática. Dimensión de Estética.

3. Educomunicación como campo del saber

Las nociones de saber han mutado constantemente en consonancia con la edad histórica de la humanidad, relacionándose ineludiblemente con las distintas épocas de su desarrollo. Así, por ejemplo la racionalidad moderna marcó campos de acción específicos para las disciplinas instauradas dentro de un orden social al que debieron favorecer, dentro de estas disciplinas: la educación y la comunicación.

Con la llegada de la posmodernidad, la determinación del concepto de saber vuelca su mirada a los procesos de aprendizaje, es decir a la forma en como los individuos se apropian de dichos saberes. En la balanza, el peso se desplaza del –objeto- al –sujeto- de estudio (Durán, 2009).

Al hilo de esta proposición, conviene trasladar a esta investigación el concepto propuesto por Foucault (2003, p. 306) quien definiría al saber como «el conjunto de elementos formados de manera regular por un práctica discursiva y que son indispensables a la constitución de una ciencia, aunque no estén necesariamente destinados a darle lugar».

Al hablar de Educomunicación como un nuevo paradigma con componentes argumentativos de novedosa conformación, se pretende comprender y resaltar su importancia no solamente a través de lo comprobable desde el punto de vista positivista que enmarca a los trabajos científicos de las ciencias exactas, sino que se integra una propuesta dialógica ejecutada por varios pensadores, maestros, comunicadores y ciudadanos desde hace algunas décadas. A propósito Foucault (p. 305) señalaría que «el saber no entra tan solo en las demostraciones, también está en ficciones, reflexiones, relatos, reglamentos institucionales y decisiones políticas».

Con base en estas expresiones, se puede señalar que la expansión de la Educomunicación como campo del saber, dependería en este momento histórico de la comprensión efectiva de dos desafíos (Soares, 2009, p. 204): la activación de políticas públicas a través de la movilización de varias estructuras y en un análisis microfuncional, de las garantías de autenticidad, libertad y cooperación en el proceso.

La Universidad se constituye en el entorno propicio para la interpretación y transformación de estos saberes (Larrea, 2013) en un conjunto de valores, ideas y propuestas que impacten en la pertinencia de un aprendizaje profesional necesario y participativo.

La gestión social, la productividad y el alcance de su dinámica dialógica, compleja histórica, cambiante y diversa, (Souza, 2004) favorecerá al desarrollo de un marco de conocimiento abierto y conforme a la cosmovisión de los conceptos educomunicacionales.

3.1. La competencia mediática en la formación universitaria y en los estudios de comunicación

La educación mediática a nivel universitario constituye un punto importante en la construcción de transformaciones significativas para la comprensión y el desarrollo del conocimiento (López & Aguaded, 2015), aún más a nivel específico de los estudios de comunicación donde se cuenta con la posibilidad de una irrupción en la realidad mediática.

La competencia comunicativa ya en el ámbito de comunicación social, debe plasmarse como esencia y como materia, influenciada por esa realidad dialógica propuesta por Freire (2005), que se relaciona con el proceso reflexivo tanto por la capacidad de comprender la estructura y contenidos de los medios, como por la capacidad intrínseca de crear un discurso (Buckingham, 2005, Martín Barbero, 2003).

Ya teniendo claro que la educación, la información y la comunicación en un sentido amplio, son los ejes de un posible cambio positivo en aspectos cognitivos y actitudinales de los colectivos asociados a diversas agencias de socialización, es también necesario ubicar en el panorama, las latentes carencias que aun existen en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las competencias asociadas a estos hechos sociales.

La Educomunicación y sus paradigmas de educación y competencia mediática, han de integrarse en todos los niveles educativos, desde infantil, primaria, secundaria y bachillerato, sin descuidarse sino reforzándose en la universidad, con especial en los espacios donde se forma a los profesionales directamente vinculados con la comunicación. (Osuna, Lazo & Aparici, 2013).

Esta máxima constituye un reto trascendental para la carrera de Comunicación Social en el país, desde la mirada a sus contenidos y al perfil de los profesionales en formación, siempre cambiantes y en evolución.

Esto ha de entenderse debido a que las características propias de la Educomunicación como propuesta teórico – práctica, la convierten en un área transversal a todas las demás asignaturas dentro del propio programa formativo del comunicador, en el que alumnado está inmerso en una realidad comunicativa axiomática, desde la que va a procesar cualquier información académica.

Pero además, existe la necesidad de vincular específicamente contenidos y procesos pedagógicos que estén directamente relacionados con las competencias mediáticas. El objetivo final sería entonces, capacitar a los comunicadores (profesionales, investigadores, docentes) en la implementación crítica de acciones comunicativas de calidad que fomenten a su vez la educación mediática en la ciudadanía.

Cómo señala Aguaded (2013), el proceso de alfabetización mediática puede lograrse gracias a la Educomunicación, con lo que se evidencia su valor en la planificación de los contenidos en las mallas universitarias –a veces tan rígidas y conductistas- mediante la composición de propuestas educativas que favorezcan la formación de ciudadanos críticos y capaces de la socialización, adquisición y confrontación de conocimientos apegados a las necesidades del presente siglo.

Con mayor especificidad, también es relevante a nivel universitario, una educación en medios de comunicación propiamente dicha, entendida como un ámbito de estudio para la educación que favorezca las inherentes características y cualidades que los medios tienen de cara a la educación y que refuerce sobre todo la disminución de los riesgos de la manipulación informativa e informática.

Con el desarrollo de los sistemas multimedia, producto de un trabajo intenso y una inversión inconmensurable, las posibilidades de una comunicación aplicada al progreso en educación y cultura se han masificado exponencialmente. Para muestra, el botón del valioso intercambio comunicativo expresado a través de las redes de sociales y el lenguaje «hipermedia».

Pero aunque Dominique Wolton (2009) expresara que el Siglo XX ha traído los mayores progresos tecnológicos en el campo de la comunicación; aún podemos ser partícipes de que información o comunicación no son conocimiento por sí mismas. Es en este proceso de socialización donde la educación cumple un papel trascendental; y sin ella como mediadora, la tecnología es todavía un mero instrumento.

El profesional en formación, se debate diariamente con un tremendo peso informativo, en el que las instituciones de enseñanza y los núcleos familiares van

perdiendo terreno. Aunque no es posible cuantificarla, esta relación es innegable así como su influencia en la realidad viva del alumnado, sirviendo en la mayoría del tiempo como una escuela paralela. Aquí es imperativo el aporte de la educación para la comunicación vista como una de reestructuración del modelo pedagógico que se imparte en la actualidad.

Para ahondar en nuestro análisis, podemos hacer eco de las expresiones de Martín Barbero (1999, p. 19):

...Esta diversificación y difusión del saber, por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo (...). Lo que está acarreado en la escuela no una apertura a esos nuevos saberes sino un fortalecimiento del autoritarismo, como reacción a la pérdida de autoridad que sufre el maestro, y la descalificación de los jóvenes como cada día más frívolos e irrespetuosos con el sistema del saber escolar...

Puede acotarse en este punto algunas precisiones hechas por Oliveira Soares (2011) al referirse a la creación de la carrera de Educomunicación de la Universidad de São Paulo, Brasil:

La recién creada Licenciatura en Educomunicación de la Universidad de São Paulo, Brasil, busca una respuesta a la pregunta: ¿Cómo preparar un profesional para la interfaz comunicación/educación en condiciones de: a) promover en la comunidad educativa el acceso crítico a los mensajes mediáticos; b) garantizar el uso creativo y eficiente de las tecnologías de la información; c) motivar maestros y alumnos a la vivencia práctica de una gestión compartida y participativa de los procesos de comunicación en los espacios educativos? ¿Qué espacios le reservarían a este nuevo profesional los medios de comunicación y el tercer sector?

Con todo esto, la Educomunicación como «campo del saber» en la Universidad debe reforzar la misión de convertir los medios y los sistemas de información y comunicación en aliados, como paso firme en un territorio imprescindible para la adquisición y confrontación de conocimientos.

3.2. Los profesores universitarios como agentes de cambio

En la sociedad del conocimiento, el manejo de ciertas competencias comunicativas por parte de los docentes es muy necesario para perdurar en el compromiso de excelencia en la educación superior, entendiendo este ideal como el bien interno de la comunidades universitarias modernas, con conexiones abiertas y flexibles (Gonzálvez, García-Ruíz y Agueded, 2014).

Estas competencias comunicativas: mediáticas, audiovisuales, informacionales; etc.; se valoran mucho más al comprender que la formación de tercer y cuarto nivel no comporta únicamente transmitir un cúmulo de informaciones especializadas, sino también enseñar procedimientos para buscar, seleccionar e interpretar con buenos criterios el amplio acervo de conocimientos especializados relacionados con la futura profesión del alumnado; propiciando así la relación fructífera entre profesorado y alumnado y entre el profesor-investigador con la comunidad de su campo específico.

Para fundamentar el criterio antes expuesto, recogeremos a continuación como muy válida la propuesta de Gonzálvez, García-Ruíz y Agueded (2014) sobre los puntos definitorios de una aproximación sobre la competencias mediáticas en educación superior, inherentes principalmente a la responsabilidad de los docentes, pero que calan sin duda a también en la formación de los discentes. Categorizadas en cuatro puntos importantes, se muestran a continuación:

1. El manejo de plataformas de educación virtual o el uso eficaz de las aulas virtuales, las cuales incluyen la posibilidad de contactar masivamente con el alumnado, colgar tareas y corregirlas, enviar la evaluación a cada alumno, insertar recursos para consulta del alumnado, etc.
2. Ser capaz de usar eficazmente la tecnología apropiada para crear en el aula un espacio abierto al mundo científico y educativo, desde el manejo de Internet y el cañón de proyección, hasta el recurso a cualquier medio audiovisual (prensa escrita, radio, cine y TV), medios que actualmente convergen en la red.
3. Contribuir a la construcción colectiva del conocimiento, dentro de la estructura reticular y participativa propiciada por la red. Ello supone reconocer los derechos de autor en producciones ajenas, ser capaz de detectar plagios por parte del alumnado, participar aportando a la blogosfera informaciones o contenidos relevantes y formativos, etc.
4. Relacionado con esto, el profesor competente podría ayudar o guiar a sus estudiantes en el uso de los medios hacia la creación de conocimiento, por ejemplo, utilizando las herramientas 2.0 que favorecen el trabajo colaborativo, o abriendo cauces para la producción por parte de los estudiantes de conocimiento a través de los medios, desde la edición de vídeos hasta la creación de blogs o el manejo de las bases de datos.

Estas cuatro dimensiones se han postulado entendiendo que el trabajo colaborativo propiciado por los medios abre las puertas a nuevas metodologías más críticas y participativas y conecta a la Universidad con modelos de aprendizaje dialógico, interactivo, creativo y diverso.

La actual *Ley Orgánica de la Educación Superior (LOES)* de Ecuador, indica entre sus apartados el principio de *calidad de la educación superior*, que hace referencia a la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente. De igual manera, su Art. 145, refleja el *principio de autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento* que consiste en la generación de condiciones de independencia para la enseñanza, generación y divulgación de conocimientos en el marco del diálogo de saberes, la universalidad del pensamiento, y los avances científico-tecnológicos locales y globales.

De este modo, la legislatura pertinente al sistema de educación superior sostiene la producción de algunos avances y mejoras en el campo de la competencia informacional y audiovisual, orientados a nuevos y más rigurosos estándares de calidad acorde a las actuales funciones del profesor universitario.

3.3. La Educomunicación en la propuesta educativa ecuatoriana

Ecuador se encuentra inmerso en el proceso que lleva a la consolidación de la llamada «sociedad mediática». Desde 2002, las iniciativas de equipamiento tecnológico han tomado fuerza, con la finalidad de acercar la TIC a los centros educativos, principalmente a aquellos públicos, con menores posibilidades de acceso directo a dichas tecnologías. Con estas acciones también se intentó dar impulso a los docentes en el uso pedagógico de estas herramientas.

Tras años de estancamiento, en 2006, se afianzó la incorporación de las TIC a través del Libro Blanco de la Sociedad de la Información, que constituyó el marco de la política sobre TIC en Ecuador (Comisión Nacional de Telecomunicaciones [CONATEL], 2006).

Recientemente se han realizado estudios sobre el uso de TIC en docentes ecuatorianos, respecto de los cuales se estima necesario un plan tendiente a dotarlos de competencias digitales, tanto por medio de la formación, como de la dotación de infraestructura, aulas con ordenadores, recursos informáticos, *software* educativo, portales educativos y soporte técnico (Valdivieso Guerrero, 2010).

El Ministerio de Telecomunicaciones (MINTEL) presentó en agosto del 2011 los resultados oficiales del primer estudio sobre el comportamiento de niños y adolescentes frente al uso de las tecnologías. En este estudio se evidencian resultados estadísticos que demuestran un aprovechamiento máximo de los equipos electrónicos: tomar fotos (34%), grabar vídeos (43%), otras funciones: reloj (53%), despertador (60%), agenda electrónica (39%) o calculadora (44%) (Mendoza, 2015).

Pero a pesar de la intención sostenida de trasladar políticas de esta índole al currículo actual, estas aún no se trabajan de manera transversal. Esto pone en evidencia la necesidad de definir nuevas destrezas que les permitan a los actores educativos desarrollar competencias mediáticas audiovisuales y digitales para una apropiación efectiva de la información.

Por otro lado, en Ecuador, la educación en medios y el concepto de Educomunicación es relativamente nuevo (Marín, Díaz-Pareja & Aguaded, 2013) y constituye un tema de interés, pues en los momentos actuales existen expectativas frente a los medios de comunicación social, tanto públicos como privados o comunitarios, los que han sido puestos al escrutinio público.

En el artículo 71 de Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013, la misma que acoge la política de Estado en materia del uso de las telecomunicaciones y el espectro

radiofónico y audiovisual en Ecuador, se hace un pronunciamiento sobre las responsabilidades comunes de los medios, y sobre la propensión a la Educomunicación y la exigencia de desarrollar en la sociedad ecuatoriana nuevas competencias, basadas en la práctica de valores, la comunicación efectiva y el desarrollo del pensamiento crítico; mediante la producción y difusión de contenidos educativos que fomenten la producción nacional, la inclusión, la interculturalidad, la participación ciudadana, la diversidad, los valores, la identidad nacional, el respeto y cuidado de la naturaleza y la promoción de los derechos humanos.

Cabe señalar que los mayores aportes dados para el impulso de la educación mediática en el país han procedido desde iniciativas particulares de la academia, cuyos estudios han detectado que los factores que más inciden para estos efectos son el nivel de acceso directo a las tecnologías así como la variante generacional, siendo la motivación y la necesidad de práctica un punto en el que confluye el interés de los docentes y los estudiantes.

Es oportuno en este apartado citar la obra del ecuatoriano Parra (2010), quien establece una visión de las raíces epistemológicas de situaciones de educación y comunicación como indispensables y expresa parafraseando a Pasquali, que «la aberrante reducción del fenómeno comunicación humana, al fenómeno medios de comunicación constituye un caso de perversión intencional de la razón, de tosco artificio ideológico».

3.4. Abordaje del currículo de la Titulación (carrera) de Comunicación Social y su relación con la perspectiva educomunicadora.

La Licenciatura de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) se creó en el año 2000 y tiene una duración de 4 años (8 ciclos académicos). De acuerdo a la clasificación de la UNESCO, la Titulación de Comunicación Social

corresponde a las siguientes ramas de conocimiento: Área de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, sub área de Periodismo e Información.

Su objetivo es formar profesionales capaces de planificar, ejecutar y dirigir proyectos que vinculen comunicación, educación y desarrollo. Además de conocer y manejar las tecnologías de la información y comunicación con las que promoverá el desarrollo social para acercar una educación en valores a través de los medios, tendrá la suficiente formación cultural, científica y técnica que le permitirá un manejo ético de la comunicación.

La Titulación de Comunicación Social, cuenta desde el 2012 con el soporte académico y de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación, debido a la reestructuración llevada a cabo con fines académicos y de política de rediseño de los objetivos institucionales.

Vinculado a la temática que cohesiona la presente investigación, se puede señalar que el profesional en formación de la UTPL puede afirmar su campo ocupacional en procesos de asesoría de imagen, política y *otros procesos de Educomunicación*. Por otra parte, dentro de las competencias específicas que se desarrollan en esta titulación se señalan: «Distinguir la visión general, teórica y práctica sobre la comunicación y los medios de comunicación, utilizando las nuevas tecnologías *bajo los parámetros de la Educomunicación*» y «Relacionar la Educación y Comunicación para analizar de manera crítica y reflexiva el rol de los medios».

Relacionado al tema, el Departamento de Comunicación de la UTPL durante el año 2015 y el presente 2016 ha puesto en marcha el proyecto *Educomunicación, Innovación y Cultura Digital*, coordinado por el Dr. Abel Suing Ruiz y cuyos objetivos principales son:

- Analizar interdisciplinar y transdisciplinar la comunicación y la educación.

Investigar las formas y contextos de:

- La utilización y recepción crítica de los medios de comunicación,
- La pedagogía de la comunicación y la imagen,
- La educación para la televisión,
- La didáctica de los medios audiovisuales,
- La educación mediática, educación en y para la comunicación, y
- La utilización de las tecnologías de la comunicación.
- Estudiar las relaciones de la Educomunicación con el periodismo, la comunicación y redes sociales digitales.

Fruto de esta aproximación morfológica y funcional realizada por la UTPL, mediante la ejecución de programas y proyectos multidisciplinares de investigación en torno a Educomunicación y cultura digital en Ecuador, se ha llevado a cabo una primera actividad denominada «Educomunicación y Cultura Digital en la Zona 7 de Ecuador», cuyo objetivo principal es describir y analizar el consumo y uso de los medios de comunicación en los estudiantes del país, con énfasis en la Zona 7 para a su vez contribuir a la mejora de la alfabetización mediática de los estudiantes y profesores de este contexto.

Investigación

1. Contextualización y justificación de la investigación

La cotidianidad de la vida está marcada cada vez más por las rutinas que imponen los medios de comunicación y la tecnología avanzada. Las nuevas generaciones son protagonistas de cambios trascendentales en las formas de lectura de esta nueva realidad, sus modelos de conocimiento se desarrollan ahora con la pauta de estas plataformas.

La Universidad como centro formal de la educación de nivel superior, que para ser competitiva y apreciada ha tratado en la últimas décadas de ponerse a tono con las nuevas metodologías de aprendizaje y pasar de ser un mero transmisor de conocimientos a gestar propuestas de innovación e investigación en campos de trabajo reales, debe comprender como necesaria e inminente la integración de los nuevos medios a su cultura de interpretación e incorporación de las cualidades necesarias para acercar a sus participantes – estudiantes y docentes- a un mundo cada vez más globalizado, desafiante y selectivo.

De ahí la necesidad de educación en y con medios de comunicación en aquellas instituciones que deben erigirse con epicentros de la cultura, la genialidad y la originalidad, no para medir fuerzas, sino para empatar con los nuevos bríos de los jóvenes; que traen consigo una necesidad de formación experiencial, dada por los múltiples vínculos que traen incorporados, que ya vienen en su ADN y se forman a lo largo de su niñez y adolescencia.

Por ello, se constituirían dos cometidos de gran relevancia: El primero, dar continuidad a un proceso de alfabetización mediática como una competencia transversal del profesional en formación para que contribuya de manera significativa desde todos sus ámbitos a generar aprendizajes que respondan a las necesidades sociales, mediante su

integración en el currículo formal; con mucho más sentido en las Escuelas de Comunicación, y en el caso particular de esta investigación a la Titulación de Comunicación Social de la UTPL.

Y el segundo cometido y pretensión formal de la presente investigación, es la valoración de la Educomunicación como «campo del saber», con la consigna previa de que la investigadora ha trabajado con grupos de estudiantes en la materia en cuestión y las ideas que tiene los jóvenes sobre su función y aporte se tornan aún muy difusas e infravaloradas.

Como finalidad última, este análisis permitirá dar forma a la implementación de estrategias globales para la administración y establecimiento de programas formativos en torno a la competencia mediática –educar con y para los medios- dirigidos a los diferentes sectores implicados: visión estratégica de los administradores de la Universidad, docentes y estudiantes y con mayor énfasis futuros profesionales de la comunicación.

2. Objetivos de la Investigación

2.1. Objetivo General

Valorar el desarrollo de la Educomunicación como «campo del saber» a través de la percepción de los gestores académicos y los docentes de la Titulación de Comunicación Social de la UTPL.

2.2. Objetivos específicos

- Seleccionar las asignaturas con mayor relación directa con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática y sus actividades complementarias (proyectos de vinculación, de investigación, iniciativas de innovación).

- Definir los documentos importantes (unidades de análisis) según la muestra de asignaturas seleccionadas, para el análisis de los contenidos que en estas se proponen y de las actividades inmersas, con la finalidad de determinar el desarrollo de la Educomunicación como «campo del saber» en Comunicación Social de la UTPL.
- Conocer la percepción acerca de la Educomunicación (determinar su importancia) que tienen los docentes y los gestores de la carrera de Comunicación Social.
- Valorar los niveles de presencia que tiene la Educomunicación, es decir, si dentro de la titulación la misma se define, se entiende, se transmite parcial o integralmente.
- Valorar si los conceptos esenciales de la Educomunicación están implícitos o si son puntos específicos los que la tratan en los planes docentes de las materias seleccionadas.

3. Diseño metodológico

Para garantizar una investigación idónea a la medida de las facultades previsibles, esta se debe fundamentar en un diseño metodológico congruente y de acuerdo a los objetivos trazados desde el momento en el que se define la problematización y alcance de la misma. Este marco metodológico es indispensable para definir qué métodos o herramientas se utilizarán en un estudio.

Tratándose de una realidad social la que se expone, no es propicio limitar el proceso a una mera cuantificación de elementos, sino que más bien es conveniente derivar en métodos no excluyentes y complementarios entre sí, que permitan tanto una cualificación de contenidos, como una forma de conocer datos más exactos y sus particulares relaciones, dada la complejidad de este tipo de fenómenos que requieren de métodos que avizoren los nuevos paradigmas de la investigación en ámbitos sociales.

4. Metodología propuesta

Corbetta (2007, p. 40), afirma que cuando queremos conocer un determinado fenómeno social, las mejores formas de obtener información son: analizar, observar y preguntar. Por ello se define como una metodología pertinente para la presente investigación a aquella que utilice elementos –descriptivos-.

De esta forma se definen como método a utilizar el análisis de contenido en complemento con la entrevista a profundidad estructurada. A continuación se detallan las características de los mismos.

4.1. Análisis de contenido

De forma general, el análisis de contenido es un método que busca descubrir las características de un mensaje recogido en un documento escrito o en algunas ocasiones audiovisual. Bardin (1986, p.29) lo define como «conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones que buscan –mediante procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes- obtener unos indicadores (cuantitativos o no) que permitan la inferencia de los conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción de estos mensajes». Berelson (1952, p. 18) señala, en este sentido, que permite « la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas» .

Fernández (2002, p. 37) señala que el análisis de contenido «consiste en clasificar, ordenar, extrapolar diversos elementos de un mensaje en categorías con la finalidad de hacer aparecer de la forma más clara posible su sentido». Los usos posibles del análisis de contenido se centran en describir y comparar tendencias, identificar actitudes o valores presentes en un grupo de personas u organización, respecto un tema de interés social a

través de un documento cuyo contenido sea pertinente y se apegue a los objetivos de la investigación.

4.1.1. Tipo de análisis de contenido

Dado que el objetivo general de esta investigación es valorar a la Educomunicación como «campo del saber» en la carrera de Comunicación Social de la UTPL, estamos frente a un panorama que exige analizar el contexto y las impresiones, metas y actitudes subyacentes que se recogen en los documentos que servirán como base para la interpretación.

Considerando factible coincidir el tipo de análisis que se utilizará con dichos objetivos, se escoge el de tipo cualitativo, dado que es aquel que permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido, conociendo que la importancia que estos últimos criterios tienen, radican en la novedad, el interés y el valor del tema en discusión, es decir su presencia o su ausencia.

4.1.1.1. Proceso de construcción del instrumento para el análisis de contenido

Para llevar a cabo la investigación, utilizaremos la metodología de análisis de contenido propuesta por Fernández (2002), pues nos permitirá sistematizar un proceso de análisis coherente con los objetivos de la investigación. A continuación se establecen una serie de etapas de acuerdo a lo propuesto por la autora:

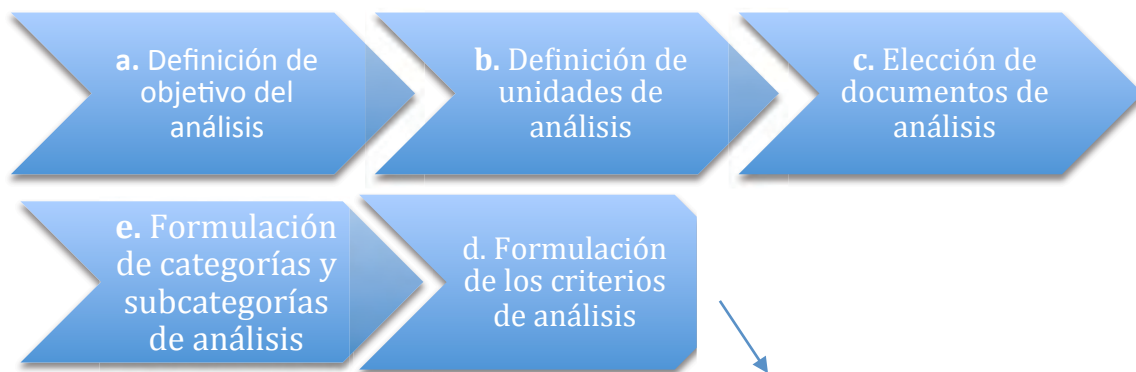


Figura 1. Etapas de análisis de contenido

Definición de glosario de términos relacionados con la Educomunicación: palabras clave.

4.1.1.1.1. Desarrollo del proceso

a. Definición del objetivo del análisis

Los objetivos de este análisis están alineados a los propósitos generales de la investigación, que tienen que ver con la identificación y relación de las actitudes, incidencias y acciones descritas en los documentos seleccionados de la titulación de Comunicación Social de la UTPL, con la finalidad de identificar la importancia de la Educomunicación como «campo del saber» a través de su cotejo con las unidades de análisis propuestas.

b. Definición de las unidades de análisis

Las unidades de análisis son los segmentos que interesa investigar del total de contenido del mensaje, susceptibles posteriormente de ser expresados y desglosados en categorías y subcategorías.

Para poder aproximarnos a la valoración de la Educomunicación, se cree conveniente definir las unidades de análisis tomando como base el contexto más próximo en el que se desarrolla la titulación, siendo este su programa formativo o malla curricular.

PROGRAMA FORMATIVO DE LA TITULACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

| | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------|---|
| VIII | Opinión Pública (5) | Comunicación Organizacional (5) | Legislación (5) | | | | GP 4.2 Proyecto de Fin de Titulación (13) |
| VII | Administración de Medios (5) | Ética Periodística (5) | Marketing (5) | Pensamiento Sociopolítico (5) | Libre Configuración (5) | | GP 4.1 Proyecto de Fin de Titulación (12) |
| VI | Periodismo de Investigación (5) | Cine (5) | Periodismo Digital (5) | Emprendimiento (4) | Libre Configuración (4) | Complementario (5) | Gestión Productiva 3.2 (5) |
| V | Relaciones Públicas (5) | Diseño Gráfico (5) | Publicidad (5) | Desarrollo Espiritual III (4) | Libre Configuración (4) | Complementario (5) | Gestión Productiva 3.1 (5) |
| IV | Televisión (5) | Educomunicación (5) | Teoría de la Comunicación (5) | Desarrollo Espiritual II (4) | Libre Configuración (5) | Inglés IV (4) | Gestión Productiva 2.2 (4) |
| III | Radio (5) | Teoría de la Imagen (5) | Sociología (4) | Estilo y Redacción (4) | Libre Configuración (5) | Inglés III (4) | Gestión Productiva 2.1 (4) |
| II | Medios Impresos (5) | Lingüística (5) | Géneros Periodísticos (5) | Expresión Oral y Escrita (4) | Realidad Nacional (4) | Inglés II (4) | Gestión Productiva 1.2 (4) |
| I | Introducción a la Comunicación (4) | Literatura (5) | Historia de la Comunicación (4) | Computación (4) | Desarrollo Espiritual I (4) | Inglés I (4) | Gestión Productiva 1.1 (4) |

Troncales de titulación = 89 créditos
 Formación básica = 28 créditos
 Libre configuración = 23 créditos
 Complementarios = 26 créditos
 Genéricos de titulación = 38 créditos
 Gestión Productiva = 51 créditos

Imagen 1. Malla del Programa Formativo de la Titulación de Comunicación Social de la UTPL

De esta forma y dada la extensión de la malla (número de materias que lo componen), es necesario en primer lugar realizar una selección de las asignaturas (componentes académicos) que serán utilizadas para el análisis de sus documentos y actividades más importantes.

Esta selección parte de la consigna de que varias de las dimensiones de la educación mediática ya están incluidas -de manera parcial o transversal- en los diversos planes de estudios de comunicación (Ferrés & Piscitelli, 2012), por lo que el criterio de escogimiento radica en la relación más directa de las materias con este concepto, a su vez concordante con la declaración de sus contenidos mínimos y competencias⁷, por considerar que pueden tener una voluntad más expresa dentro del programa formativo para educar a los futuros comunicadores en este ámbito.

⁷ La declaración de los contenidos mínimos pertenece al documento electrónico "programas docentes resumidos", a su vez perteneciente al indicador malla curricular del sitio web del programa formativo de la titulación de comunicación social de la UTPL: <http://presencial.utpl.edu.ec/alumnos/?q=comunicacion-social/programas-docentes-resumidos>

Las asignaturas seleccionadas para el análisis de su contenido según los procesos propuestos son:

| Asignatura | Ciclo académico al que pertenece |
|-----------------------|---|
| Géneros periodísticos | II |
| Fotoperiodismo | V |
| Televisión | IV |
| Educomunicación | IV |
| Periodismo Digital | VI |

Tabla 7. Asignaturas seleccionadas para el análisis de contenido

Matriz de relación entre los componentes y las dimensiones de la competencia mediática

De acuerdo con las determinaciones señaladas, se describe a continuación los contenidos y objetivos de aprendizaje de las asignaturas seleccionadas para el presente análisis y su relación con los indicadores y dimensiones de la competencia mediática. Entendiendo como asignaturas relacionadas a las que abordan de forma directa el concepto de las dimensiones de Ferrés y Piscitelli (2012) anteriormente descritas en el marco teórico.

| Asignatura | Contenidos mínimos y objetivos de aprendizaje | Relación con concepto de competencia mediática (dimensiones e indicadores). |
|--|--|--|
| Géneros periodísticos (II Ciclo de la Titulación) | <ul style="list-style-type: none"> • Estudio teórico-práctico de la escritura y oralidad periodísticas a través de los distintos textos y géneros al uso. • Explicación y aplicación de las modalidades periodísticas que narran y relatan los hechos de actualidad. • Conocimientos básicos de retórica y argumentación aplicados a los discursos informativos. • Estudio de la producción informativa de diferentes áreas de especialización periodística, así como de las tendencias que desarrolla esta materia con los diferentes soportes, medios y sistemas: político, económico, cultural, de sociedad, deportivo, | Relación prominente con los parámetros de la dimensión A. Lenguaje. |

| | | |
|---|---|---|
| | científico, local, de investigación y precisión, etc. | |
| Fotoperiodismo (V Ciclo de Titulación) | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la fotografía? ¿Para qué sirve? La foto como arte y como industria. • Dominio de las técnicas básicas de fotografía. • El lenguaje fotográfico. • El mensaje de la fotografía. • Del documentalismo al periodismo 1839-1880. • El fotoperiodismo en teoría /Teoría de la imagen periodística. • El fotoperiodismo en la práctica. Definición del fotoperiodismo • Los significados de la fotografía • Desarrollo del fotoperiodismo. La fotografía como herramienta al servicio de la comunicación. | Relación prominente con los parámetros de la dimensión D. Procesos de producción y difusión, F. Estética |
| Televisión (IV Ciclo de la Titulación) | <ul style="list-style-type: none"> • Escritura de guión para informativos, reportajes, documentales y ficción audiovisual. • Formas y técnicas del espectáculo. • Teorías del relato audiovisual, la dramaturgia y la puesta en escena. • Ideación de nuevos formatos. • Dirección audiovisual: televisión, video. • Aplicaciones creativas básicas sobre escenografía, iluminación y dirección de fotografía. • Edición y posproducción audiovisual y multimedia. • Documentación en soportes analógicos y sistemas digitales. • Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir en los medios audiovisuales y multimedia. • Locución y presentación en televisión. | Relación prominente con los parámetros de la dimensión D. Procesos de producción y difusión, F. Estética |

| | | |
|--|---|--|
| Educomunicación (IV Ciclo de la Titulación) | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento crítico de la influencia de los medios de comunicación en la educación y en la relación de los medios con la escuela. • Funciones comunicativas de los medios: información, persuasión, entretenimiento. | El propósito fundamental de la investigación es figurar el papel de esta asignatura en el tratamiento la mayor parte de dimensiones de la competencia mediática. |
| Periodismo Digital (VI Ciclo de Titulación) | <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la comunicación digital: hipertexto y redacción periodística. • Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información en medios digitales. | Relación prominente con los parámetros de la dimensión A. Lenguaje B. La Tecnología |

Tabla 8. Relación entre los componentes y las dimensiones de la competencia mediática

c. Elección de documentos de análisis

Definidos los objetivos y las unidades de análisis, con el puntual interés de valorar la importancia que se le da a la Educomunicación en la Titulación de Comunicación, se procede a una búsqueda detallada de documentos que pudieran brindar información importante sobre la temática de investigación. De esta manera, se procedió a escoger a los planes docentes (planes de estudio o syllabus) de las asignaturas seleccionadas como fuente principal para la consecución de la investigación y sus objetivos.

Dicha elección se realiza dada la necesidad de conocer y valorar la naturaleza, orientación y tendencias de las propuestas realizadas por quienes imparten estas materias e intervienen en formar de esta manera a los futuros educomunicadores, con respecto al tratamiento de las dimensiones de la competencia audiovisual y digital en sus propuestas educativas.

Es importante mencionar que además se procederá a analizar los documentos descriptivos de proyectos relacionados con el modelo de enseñanza-aprendizaje vinculados directamente con las actividades y la formulación de los objetivos de aprendizaje de las asignaturas elegidas, como es el caso del programa de investigación 2015-2016 «Educomunicación y Cultura Digital en la Zona 7 de Ecuador», en el que participan docentes y estudiantes de la titulación. Esta información se puede revisar en el *ANEXO I* del presente trabajo.

Definición de Plan Docente del componente académico⁸

El Plan Docente de las asignaturas de las titulaciones que ofrece la UTPL, es la declaración de lo que el o los docentes pretenden alcanzar durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura. Es elaborado por la planta de docentes de nuestra institución, quienes diseñan y estructuran los resultados de aprendizaje esperados para lograr el desarrollo de las competencias que integran el perfil de egreso de la titulación. La UTPL ha establecido un formato estándar para el diseño del Plan Docente con el propósito de que todos los docentes planifiquen de manera eficiente la asignatura. El Plan equivale a un mapa de la asignatura, incluye información importante para los estudiantes, profesores, departamentos y titulaciones.

d. Formulación de categorías y subcategorías de análisis

Según Fernández (2007, p. 39), «las categorías están compuestas por las variables que se presenta en la hipótesis, por lo que reflejan las reflexiones hechas, a partir de las perspectivas teóricas adoptadas para cada investigación en particular y se transforman en los distintos niveles donde se expresan y desglosan las unidades de análisis».

⁸ Concepto tomado del apartado: <http://innovaciondocente.utpl.edu.ec/elaborar-plan>

Para la formulación y subsiguiente sistematización de las categorías y subcategorías de análisis se tomó como base las dimensiones marco de la publicación «Currículum AMI para profesores» (Wilson et al., 2011, p. 21), considerando claves los conceptos que en este se abordan para lograr auscultar los contenidos de los documentos a analizar a través de la herramienta de análisis de contenido.

| DIMENSIONES DEL CURRÍCULUM | | | |
|---|---|--|---|
| Áreas clave del currículum | Conocimiento de los medios e información para el discurso democrático | Evaluación de los medios e información | Producción y usos de los medios e información |
| Política y Visión | Preparación de profesores alfabetizados en medios e información | Preparación de estudiantes alfabetizados en medios e información. | Fomento de sociedades alfabetizadas en medios e información. |
| Currículum y evaluación | Conocimiento de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información, sus funciones y condiciones para utilizarlos. | Entender el criterio para evaluar los textos mediáticos y las fuentes de información. | Destrezas para explorar cómo se produce la información y los textos mediáticos, el contexto social y cultural de la información y los medios de producción; usos de los ciudadanos y para qué propósitos. |
| Pedagogía | Integración de los medios e información en el discurso del aula. | Evaluación del contenido de los medios y los proveedores de información para la resolución de problemas. | Contenido generado por el usuario y utilizado en la enseñanza y el aprendizaje. |
| Medios e Información | Medios impresos – periódicos y revistas, proveedores de información – bibliotecas, archivos, museos, libros, diarios, etc. | Medios de difusión – radio y televisión. | Nuevos medios, Internet, redes sociales, plataformas de entrega (computadores, teléfonos, móviles). |
| Organización y administración | Conocimiento de la organización del aula. | Colaboración a través de la alfabetización mediática e informacional. | Aplicación de alfabetización mediática e informacional al aprendizaje a lo largo de la vida. |
| Desarrollo profesional de los profesionales | Conocimiento de AMI para educación cívica, participación en la comunidad profesional y gobierno de sus sociedades. | Evaluación y manejo de recursos mediáticos y de información para aprendizaje profesional. | Liderazgo y ciudadano modelo; abogar por la promoción y uso de AMI para el desarrollo de profesores y estudiantes. |

Imagen 2. Marco del Currículum AMI para profesores

El documento en mención recoge que entre los beneficios de la AMI (Alfabetización Mediática e Informativa) están el mejoramiento de la calidad del proceso de enseñanza y aprendizaje que dota a los profesores de un conocimiento enriquecido que les permite a su vez el empoderamiento y un conocimiento crucial sobre los fines democráticos de los canales de comunicación masiva, que se debe también impregnar en los futuros ciudadanos, en conjunto con la capacidad de evaluar de la gestión de estos en la sociedad actual (Wilson et al., 2011, p. 21).

En cuanto al diseño de las categorías, se puede mencionar que para la sistematización de su análisis se tomaron en cuenta las características principales para su óptimo uso:

- Pertinencia, pues fueron diseñados para que se adecuen a los propósitos de la investigación.
- Exhaustividad, pues permiten la inclusión adecuadas de las diferentes subcategorías propuestas.
- Y la exclusividad mutua, pues se intentó en la mayor medida posible que cada categoría y sus subsecuentes subcategorías, analicen y definan diferentes aspectos de la temática de análisis.

Las categorías quedan establecidas de la siguiente manera:

1. Formación sobre Educomunicación
2. Relación de la Educomunicación con la metodología docente para el proceso de enseñanza – aprendizaje del componente
3. Actividades de Innovación Docente relacionadas con los parámetros de la Educomunicación
4. Desarrollo y producción específica de contenido de acuerdo a los parámetros de la Educomunicación

Matriz de relación entre las categorías y subcategorías de análisis con las áreas clave del Currículum AMI

Para el correcto uso de las categorías y sus correspondientes subcategorías, como parte integral de la construcción del instrumento, es procedente catalogar y relacionar su

función dentro del análisis, de acuerdo a los criterios que se formulan en el Marco del Currículum AMI para profesores (UNESCO 2011), dado que este documento cuenta con elementos válidos para el análisis de la vigencia de las propuestas educomunicativas en los documentos de las asignaturas seleccionadas.

| Áreas clave Currículum AMI | Categorías | Subcategorías |
|--|--|--|
| <p>Política y Visión</p> <p>Medios e información</p> <p>Organización y Administración</p> | <p>1. Formación sobre Educomunicación</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Implicación del concepto de Educomunicación en los contenidos impartidos. • Implicación del rol del profesional en formación como «educomunicador». • Importancia otorgada al concepto de la Educomunicación. • Fomento de la alfabetización mediática. • Fomento de la capacidad crítica del estudiante. |
| <p>Pedagogía</p> <p>Medios e información</p> <p>Curriculum y evaluación</p> | <p>2. Relación de la Educomunicación con la metodología docente para el proceso de enseñanza – aprendizaje del componente</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Competencias a trabajar definidas por el docente relacionadas con la Educomunicación. • Dedicación de tiempo clase para actividades relacionadas con Educomunicación. • Actividades para el aprendizaje autónomo relacionadas con Educomunicación. • Uso competente de la tecnología por parte del docente. • Utilización de los medios de comunicación audiovisuales y digitales como herramientas para enseñar determinados contenidos. • Sistema de evaluación de la asignatura. |
| <p>Pedagogía</p> <p>Desarrollo profesional de los profesores</p> | <p>3. Actividades de Innovación Docente relacionadas con los parámetros de la</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Actividades importantes realizadas. • Actividades participantes en convocatorias de |

| | Educomunicación | innovación docente. |
|-----------------------------|---|--|
| Medios e información | 4. Desarrollo y producción específica de contenido de acuerdo a los parámetros de la Educomunicación | <ul style="list-style-type: none"> • Producción específica de contenidos educativos y culturales. • Uso competente de la tecnología por parte de los estudiantes. • Atención a las emociones en los mensajes de los medios de comunicación y su relación con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática. |

Tabla No. 9 Relación entre las categorías y subcategorías de análisis con las áreas clave del Currículum AMI

e. Formulación de los criterios de análisis

Este proceso previo a la construcción definitiva de la herramienta de análisis de contenido, consiste en la creación de parámetros que permitan la -lectura- de las unidades de análisis a través de las respectivas categorías y subcategorías identificadas en los pasos anteriores, su transformación en unidades de registro y su posible cuantificación.

Las variables fueron establecidas de acuerdo a las necesidades de análisis de los documentos y consisten en los siguientes elementos:

- En primer lugar, se realizará una descripción general de cada elemento del documento en correlación con cada subcategorías de análisis descrita en la herramienta, lo que nos podrá dar cuenta del estado general de la asignatura con respecto a su relación con la educación mediática y sus principales conceptos. En esta variable de análisis se pretende abordar de manera general los incisos más importantes de los documentos y hacer un mapeo general, concordante con el objetivo de la investigación.
- Subsiguiente a la descripción, se plantea hacer un rastreo de los términos clave del

concepto de Educomunicación, con la finalidad de observar su apareamiento en la planificación docente de las asignaturas (documentos a analizar), esto sujeto a observar el desarrollo de algunos objetivos de aprendizaje y actividades que promuevan las nociones de educación mediática. Para ello, habrá que elaborar un glosario de términos que identifiquen aquellos aspectos más relevantes del concepto de Educomunicación y de cada una de las dimensiones analizadas.

- En tercer lugar, se propone realizar un cruce comparativo de la relación de los diferentes elementos que componen los planes docentes con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática propuestos por Ferres y Piscitelli (2012) y recogidos en el marco teórico del presente trabajo.
- Finalmente, se encuentra un espacio en la herramienta de análisis dedicado a la cuantificación de la incidencia del concepto de Educomunicación en los documentos seleccionados. Con esto se espera tener una idea general de la presencia o no, de los temas más relevantes de la Educomunicación mediante la anotación 0 = ausencia total o muy poca presencia, o 1 = notable o total presencia.

4.1.1.2. Instrumento de análisis de contenido

El instrumento que nos va a permitir el análisis está constituido por los elementos previamente descritos, es decir, toma como base las categorías y sus correspondientes subcategorías para su abordaje a través de las variables de análisis: una descripción general y una relación con el concepto de competencia mediática más un casillero destinado a la cuantificación de la presencia del concepto de Educomunicación.

Esa comparación y sistematización, que se elaborará con el fin de identificar el tratamiento de la educación mediática en la Titulación de Comunicación Social de la UTPL, parte del diseño original del instrumento aplicado en el sub-proyecto de

investigación español «La Enseñanza Universitaria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital»⁹ desarrollado en torno a dos grandes ejes: la competencia en comunicación audiovisual y el peso de las emociones en los procesos inconscientes y sensoriales de la interacción con las pantallas por parte de la sociedad.

Esta investigación realizada por un grupo de profesores/investigadores de varias universidades españolas, con el fin de indagar los tipos de aproximación a los ejes anteriormente descritos (expresividad, sociabilidad o apego tecnológico), coincide con los criterios de formulación del presente trabajo, además de poseer un alto índice de fiabilidad gracias a su notable referencia y consistencia científica.

La aplicación del formato del instrumento para el análisis de los documentos seleccionados se puede observar en el *ANEXO 2* del presente trabajo.

4.2. Entrevista

Según Olabuénaga (2012), la entrevista «es una técnica para obtener información mediante una conversación profesional, enmarcada en un estudio analítico de investigación o para contribuir en diagnósticos o tratamientos sociales».

El análisis de contenido propuesto, se complementará con la aplicación de entrevistas a los docentes responsables de las asignaturas seleccionadas y al Coordinador de Titulación de la carrera de Comunicación Social, como gestor principal de la titulación a través de su diseño curricular así como de sus principales campos formativos.

⁹ Sub-proyecto enmarcado en el Proyecto «La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos» Liderado por el investigador español Joan Ferrés Prats y realizado por más de 19 entidades de educación superior españoles.

Mientras que la sistematización de los elementos categóricos de los documentos (análisis de contenido) da cuenta de una extracción empírica de sus factores más relevantes a través de la herramienta propuesta y una serie de indicadores derivados de esta, la entrevista aportará una visión de corte cualitativo y con un cierto matiz dado por la visión de quienes son protagonistas, en conjunto con los estudiantes, del proceso de enseñanza – aprendizaje de la carrera.

La entrevista será utilizada para evaluar las actitudes y capacidades de los formadores en cuanto al conocimiento y apego al concepto de la Educomunicación y sus paradigmas, y servirá para el contraste y triangulación de la información recabada.

4.2.1. Diseño y estructuración de la entrevista

Para la presente investigación se utilizará la técnica de entrevista en profundidad estructurada, por considerar pertinentes sus características para los objetivos planteados. Este tipo de entrevista permite que los temas sean organizados por el investigador con la finalidad de otorgarle un cierto control al tener preguntas preparadas de antemano y planteadas en un orden determinado, pero dando espacios para que el entrevistado se despliegue en cada interrogante, suponiendo un diálogo. Como apoyo a esta última connotación se puede mencionar que el tiempo de la entrevista es de una hora en promedio y se realizará presencialmente.

En cuanto al diseño del instrumento, es muy importante mencionar que el formato del guión corresponde al diseñado para el «Proyecto Compecav» (La Enseñanza Universitaria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital), debido a la coincidencia de su temática y criterios con el desarrollo del presente trabajo y sobre todo pensando en afianzar la fiabilidad de la investigación.

Con esta técnica también se persigue valorar las actitudes y conocimientos con respecto a la importancia otorgada a la competencia en comunicación audiovisual y a las nociones de Educomunicación que puedan estar inmersas en los intereses didácticos y de generación de conocimientos de los docentes.

El diseño del instrumento de entrevista se encuentra en el *ANEXO 3* de la presente investigación.

5. Resultados de la investigación

Teniendo en cuenta la información recogida a través del análisis de contenido de los documentos (planes académicos) pertenecientes a las materias seleccionadas y de las entrevistas a profundidad que se realizaron a los 5 docentes responsables de estas asignaturas así como al Coordinador de Titulación de Comunicación Social de la UTPL, se procedió a elaborar una tabla de recolección de datos a manera de hoja de ruta que define algunos macrotemas y subtemas, con el objeto de resumir comparativamente los datos y las expresiones formuladas mediante las dos metodologías utilizadas para la presente investigación.

Las categorías formuladas en la herramienta de comparación responden a los criterios fundamentales y de partida, con la finalidad de abordar el estado actual de la Educomunicación como campo epistemológico y formativo en la carrera de Comunicación Social de la UTPL.

| | Categorías | Criterios |
|---------------|--|---|
| TEMA 1 | Información de importancia preliminar | <ul style="list-style-type: none"> Experiencia del docente |
| TEMA 2 | Concepto de Educomunicación | <ul style="list-style-type: none"> Conocimiento del concepto «educación mediática». Formación que ha recibido sobre Educomunicación y participación en actividades relacionadas con Educomunicación, de carácter investigativo o de vinculación con la sociedad. Implicación e importancia que le da al concepto de educación mediática y al rol del profesional en formación como «educador». Actual atención de la Educomunicación en la universidad. Qué significa que el estudiante sea competente mediáticamente. |
| TEMA 3 | Actividades formativas en la asignatura | <ul style="list-style-type: none"> Implicación e importancia que se da a la Educomunicación en la construcción del plan docente. Trabajo en el estudiante: Capacidad crítica, competencia mediática y procesos de alfabetización en el estudiante. Relación con la Educomunicación de las competencias a trabajar en la asignatura (definidas por el docente en el syllabus). Trabajo de las dimensiones de la competencia mediática en la asignatura: Dimensiones que considera más y menos importantes y su relación con las actividades, contenidos y resultados de aprendizaje de la materia. |
| TEMA 4 | Aspectos metodológicos del docente | <ul style="list-style-type: none"> Uso competente de la tecnología y los medios de comunicación por parte del docente para el proceso de enseñanza aprendizaje. |

| | | |
|---------------|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Metodología del docente para impartir la asignatura. <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistema de Evaluación de la asignatura. |
| TEMA 5 | Plano de la expresión/creación. Producción de contenidos culturales. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y producción específica de contenido de acuerdo a los parámetros de la Educomunicación. • Atención a las emociones en los mensajes de los medios de comunicación y su relación con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática. |

Tabla No. 10 Macro y subtemas para análisis de resultado de investigación.

5.1. Análisis de los resultados de la investigación

5.1.1. Experiencia de los docentes de la carrera de Comunicación Social de la UTPL, como punto de análisis previo de su sensibilidad ante las necesidades de Educomunicación en la titulación.

Según la información cotejada a través de la entrevista a profundidad, 3 de los cinco docentes entrevistados poseen más de 12 años de experiencia como docentes de la titulación, por su parte 2 de los docentes han sido profesores por un espacio de tiempo que promedia los 8 años. El Coordinador de la Titulación tiene una experiencia en este puesto por más de 10 años y ha sido docente por un promedio de 16 años.

La totalidad de los entrevistados posee un título de Doctorado en Comunicación y Periodismo. Como peculiaridades sobre este tema se puede señalar que uno de los profesores de la titulación posee un título de grado en Publicidad con mención en Fotografía, mientras que el grado del Coordinador de la carrera corresponde al título de Economista, pero se recalca que seguidamente obtuvo una maestría en Comunicación Audiovisual.

Todos los entrevistados afirman que existe una continuidad en su asignación como docentes de las asignaturas que son objeto de estudio de la presente investigación, pero indican que en los inicios de su trabajo esta situación era cambiante, lo que restaba posibilidades para la especialización de la cátedra y la detección de necesidades de formación.

5.1.2. Conocimiento de los docentes sobre el concepto de educación mediática

Existen algunas ideas relacionadas que abarcan los seis entrevistados sobre el concepto de Educomunicación. Se pueden resumir en tres vertientes que no necesariamente se contemplan como integrales:

- Educación para hacer una lectura de los medios y entender el propio consumo de medios.
- Aprender a ser críticos y evidenciar la calidad de contenidos audiovisuales, como productores y consumidores. Los entrevistados abordan seguidamente el concepto de *prosumidor*.
- Potenciar la disponibilidad de los recursos audiovisuales y digitales que brindan las TIC en el aula (proceso de enseñanza-aprendizaje).

Lo dicho se puede expresar en esta muestra de declaraciones sobre el concepto de educación mediática:

- «Es aquel conocimiento que ayuda al ser humano a hacer una buena lectura de los medios que consume».
- «En mi clase se educa sobre calidad mirando buenos y malos ejemplos».
- «Es cuán listos estamos para insertar los recursos otorgados por la universidad y que están en internet al aula... aprovechar esta virtualidad».

5.1.3. Formación específica en este campo y participación en actividades de índole investigativa y de vinculación con la sociedad por parte de los docentes.

Cinco (5) de los 6 entrevistados aducen no haber recibido capacitación formal sobre temas relacionados con la Educación Mediática. Existe la excepción de una profesora que recibió instrucción formal en grado, a través de la asignatura de Educomunicación.

Enfáticamente se señala que la profundización sobre este concepto se ejecuta a través de la autoformación y a través de la relación en redes de trabajo tanto dentro del propio Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL, así como externas, de carácter nacional e internacional.

Entre las actividades importantes que han sido desarrolladas por los docentes y que tiene relación con el ámbito de estudio del presente trabajo, puede nombrarse la participación de docentes del departamento en el Proyecto Universitario Interamericano «Culturas Intermedias» que tiene como objetivo medir el impacto e implicación del concepto *prosumidor*, en universidades de Latinoamérica.

Es importante mencionar que una de las docentes entrevistadas, quien lleva la materia de Educomunicación (vinculada en el análisis de contenido de esta investigación) figura como Ex-Secretaria General de CIESPAL y miembro del consejo Editorial de Ecuador TV.

5.1.4. Investigación realizada en la UTPL relacionada al tema

Sobre el programa de investigación «Educomunicación y Cultura Digital en la Zona 7», también objeto de análisis de contenido para la presente investigación, 3 de los

docentes entrevistados indican que tienen relación directa con el proyecto, los 2 docentes restantes indican tener conocimiento del tema y de la relación del departamento académico con esta investigación y la corriente que lo promueve en Europa, concretamente en España a través del Grupo Comunicar como una de las principales instancias ejecutoras.

El Coordinador de la Carrera, es titular de este programa e indica que se trabajan 5 líneas de investigación, entre las que se encuentra la investigación de la competencia y consumo mediático de alumnos de segundo año de bachillerato de la Zona 7 de Ecuador, con la finalidad de realizar un balance inicial y detectar necesidades de formación. A lo que según expresaron en la entrevista los docentes que tuvieron participación directa en este programa, se sumó la medición y tratamiento de la competencia mediática en los padres de familia, por considerarlo concordante con el entorno en el que se desarrolla este proyecto.

En la entrevista realizada, el Coordinador de la Titulación destaca «consideramos necesario investigar sobre los usos educativos de los medios de comunicación y sus transformaciones en la era digital ecuatoriana».

Algunos de los entregables del proyecto, evidenciados a través de su análisis de contenido son: La realización de talleres para estudiantes y profesores sobre competencias mediáticas, la determinación de aplicaciones interactivas que acompañen a la emisión de contenidos educativos, tomando como caso de estudio una ciudad de la Zona 7 que este próxima o ya emita televisión digital terrestre y la investigación sobre recepción de TV educativa.

También se detectó que producto de este programa de investigación, se han publicado 5 artículos científicos y se han elaborado 12 tesis de grado.

5.1.5. Importancia otorgada al concepto de Educomunicación

En este apartado se diluye que existen opiniones encontradas respecto al papel educativo que tienen los medios de comunicación masiva (se observan mayoritariamente como tal a los medios tradicionales).

De los 6 entrevistados, 4 creen que es responsabilidad de los medios educar mientras que 2 de ellos opinan que los medios de comunicación atienden a otras cuestiones y no se deben ocupar de la educación.

Los docentes que opinan que el papel de los medios no es educar, se sustentan en que la base de la pirámide se encuentra en las instancias de socialización primaria: la familia en primer lugar y luego la escuela, «porque desde las mismas se hace una transmisión directa de valores y es ahí donde desde una edad escolar temprana, se debe impartir las nociones de educación y cultura sobre lo que son los medios tanto a los niños y jóvenes como en interrelación con sus padres». Por su parte, una de los 6 docentes entrevistados enfatiza su postura de que «el consumo de medios es cultural y no se realiza como función manifiesta de la escuela».

Los docentes indican entre sus opiniones que «los medios de comunicación tienen el poder de transmitir pautas culturales y la posibilidad y compromiso de educar, sin embargo su lógica mercantilista hace que los programadores y directivos superpongan el entretenimiento y la inmediatez». A propósito una docente entrevistada expresa: «Pedirles a los medios que eduquen es pedirles demasiado».

También se constata en las entrevistas, la importancia que los docentes dan a la labor de los medios públicos, para indicar una relación más directa con la educación como servicio público. En el caso particular de la TV pública en Ecuador, se deja saber la

creencia de que existen iniciativas en desarrollo que no han despegado, lo cual según los docentes se refleja en sus índices de audiencia. Sobre esto se opina: «Los medios piensan que educar es aburrido y para poder competir en pantalla los medios públicos deben cambiar su lógica».

Los entrevistados tienen un criterio homogéneo al observar que los medios e Internet deben llegar al aula como un recurso, indican que permitirá lograr la atención del alumno que ahora está conectado con el mundo y lo señalan como un deber del docente. Una expresión rescatada en la entrevista señala: «La función de los docentes es de ser mediadores frente al mar de información y tratar de poner en perspectiva qué de esa información es válido y qué desechar».

Sobre **el rol del profesional en formación como «educador»**, el Coordinador de la titulación indicó en la entrevista realizada que «el profesional en comunicación de la UTPL debe lograr formarse en tres aspectos fundamentales: técnicas periodísticas, cultura y vertiente tecnológica del quehacer periodístico, si logramos que alcancen esas competencias, podemos aumentar las posibilidades de su éxito».

Otras expresiones sobre el tema: «Los estudiantes tienen que darse cuenta que al ser formados en comunicación, en producción y en consumo de medios, también están en la responsabilidad de transmitir ese conocimiento a su entorno». En su entrevista, la docente que lleva directamente la asignatura de Educomunicación señala: «Lo trascendental de mi clase creo que debería ser fundamentar el tema de la Educomunicación para los chicos, que entiendan porque al ser comunicador, educas».

A **que el estudiante sea competente mediáticamente**, se le concede de igual forma mucha importancia, sin embargo se observa por la expresiones de los entrevistados

que en la mayoría de casos, se entiende este concepto por su relación con el uso eficiente de diferentes plataformas, relacionado al concepto de convergencia mediática.

El total de los docentes indica que es importante que toda la población universitaria se forme en medios, por su papel como ciudadanos.

En cuanto a la **suficiencia de la atención mediática en la universidad**, 5 de 6 docentes creen que la Educación Mediática no está suficientemente atendida en la UTPL, por otro lado, el Coordinador de la titulación sí cree que la universidad brinda los espacios para su construcción y que la responsabilidad decanta principalmente en el buen uso de los mismos por parte del docente.

Los 5 docentes que van por la postura de la insuficiencia en la educación mediática en la UTPL, indican que se debe propender a la creación de espacios comunes de reflexión. Se señala que *Educomunicación* también significa comunicación y escucha activa y participativa en la universidad, con iniciativas de comunicación integral que atañen aspectos humanos de los estudiantes, superando la «moda tecnológica».

Uno de los docentes, cuando se le pregunta sobre la atención dada a los conceptos de educación mediática, señala: «No los atiende formalmente en mi materia porque sé que está Educomunicación (la asignatura de la titulación con este nombre)».

Todos los docentes coinciden en que existen importantes intentos en marcha y que atender a las competencias audiovisuales y digitales de quienes forman la comunidad (profesores y estudiantes) es un reto para la universidad.

5.1.6. Actividades formativas

5.1.6.1. Presencia del concepto Educomunicación en el plan docente de las asignaturas (a modo de un abordaje de sus contenidos y resultados de aprendizaje).

Para el análisis correspondiente a este apartado, se procedió a utilizar la cuantificación general incluida en el instrumento de análisis de contenido que mide la incidencia del concepto de Educomunicación en los documentos seleccionados, según los criterios preestablecidos en la metodología de investigación. Con esto se espera tener una idea general de la presencia o no, de los temas más relevantes de la Educomunicación mediante la anotación 0 = ausencia total o muy poca presencia o 1 = notable o total presencia.

| Categorías | Plan Docente 1 Televisión | Plan Docente 2 Fotoperiodismo | Plan Docente 3 Géneros Periodísticos | Plan Docente 4 Educomunicación | Plan Docente 5 Periodismo Digital | Total por categoría |
|---|---------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| 1.1. Implicación del concepto de Educomunicación en los contenidos impartidos | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | Si=4 No=1 |
| 1.2. Implicación del rol del profesional en formación como «educador» | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | Si=2 No=3 |
| 1.3. Importancia otorgada al concepto de la Educomunicación | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | Si=1 No=4 |
| 1.4. Fomento de la alfabetización mediática | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | Si=3 No=2 |
| 1.5. Fomento de la capacidad crítica del estudiante | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=5 No=0 |
| 2.1. Competencias a trabajar definidas por el docente relacionadas con la Educomunicación | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | Si=2 No=3 |
| 2.2. Dedicación de tiempo clase para actividades relacionadas con | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=5 No=0 |

| | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--|
| Educomunicación | | | | | | |
| 2.3. Actividades para el aprendizaje autónomo relacionadas con Educomunicación | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | Si=3 No=2 |
| 2.4. Uso competente de la tecnología por parte del docente | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | Si=2 No=3 |
| 2.5. Utilización de los medios de comunicación audiovisuales y digitales como herramientas para enseñar determinados contenidos | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=5 No=0 |
| 2.6. Sistema de evaluación del componente | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=4 No=1 |
| 3.1. Actividades importantes realizadas (metodología docente) | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | Si=3 No=2 |
| 3.2. Actividades participantes en convocatorias de innovación docente | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | Si=4 No=1 |
| 4.1. Producción específica de contenidos educativos y culturales | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=5 No=0 |
| 4.2. Uso competente de la tecnología por parte de los estudiantes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Si=5 No=0 |
| 4.3. Atención a las emociones en los mensajes de los medios de comunicación y su relación con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | Si=1 No=4 |
| Total por plan docente | Si=10 No=6 | Si=10 No=6 | Si=13 No=3 | Si=13 No=3 | Si=9 No=7 | Total de presencia: Por indicador: Si=11 No=5 |

Tabla No. 11 Resultados por subcategorías y su cuantificación

Preliminarmente, en la Tabla No. 10 se observa que el total por subcategoría representa a la sumativa de los 5 planes docentes analizados, en la cual se detecta que en 11 de las 16 subcategorías de análisis existe implicación directa de la Educomunicación.

Igualmente en la cuantificación individual de los indicadores (por cada plan académico), se observa que solo 1 plan académico de los 5 analizados tiene menos de 10 indicadores con presencia directa de la Educomunicación.

Sobre la subcategoría **1.1 Implicación del concepto de Educomunicación en los contenidos impartidos** resumidos en el plan docente de las asignaturas analizadas, la cuantificación señala que solo un plan de los 5 analizados (Fotoperiodismo), se califica con 0 es decir, tiene poca implicación. Como referente comparativo, se indica que este el único componente de los analizados que pertenece al grupo de materias complementarias de la malla de la Titulación de Comunicación.

Con base en la entrevistas a profundidad realizadas se puede destacar que absolutamente todos los entrevistados (6) coinciden en la debilidad que existe en los estudiantes de la titulación para «contar historias», es decir, se cree por parte de los entrevistados que la carrera de comunicación debe preparar a sus alumnos para que puedan redactar y en el nivel más elevado narrar con excelencia, los aspectos más relevantes y también los más comunes del vivir diario de la sociedad; los mismos asocian en este sentido el papel de la Educomunicación en la titulación.

En la entrevista realizada, el Coordinador de la titulación observa a la Educomunicación como «pilar de la carrera» basando su afirmación en que debe estar «indisolublemente ligada al modelo educativo de la UTPL».

Entre las expresiones recogidas sobre este tema a través de la entrevista se señala «educar es construir diálogo, articularlo», «la formación universitaria del comunicador lo diferencia en su sentido crítico con lo que ahora entendemos por «prosumer» y «si ellos no aprenden en la carrera consumiendo medios, difícilmente van a poder discernir cuando sean profesionales».

Sobre la implicación de la Educomunicación en el Programa de Investigación «Educomunicación y Cultura Digital en la Zona 7», mediante el análisis de contenido del documento que lo describe, se detecta una presencia, sin embargo solo 3 de los 6 profesores dicen en la entrevista trabajar directamente en este proyecto de investigación.

En cuanto al **fomento de alfabetización mediática** se observa a partir del análisis de contenido, que a excepción de la asignatura de Educomunicación, no se declara formalmente como importante para el desarrollo de las asignaturas. En cuanto a la cuantificación general se observa que 3 de los 5 planes analizados toman en cuenta nociones de alfabetización mediática directamente en el plan.

Correspondiente con su dinámica, se observa a través del análisis de contenido que la asignatura de Educomunicación sí declara formalmente la inmersión de los conceptos de alfabetización, pues enuncia entre sus objetivos: «Este componente permite a los y las futuros/as profesionales de la comunicación identificar las relaciones entre la comunicación y la educación en la era digital, así como dotarles de herramientas investigativas, críticas y creativas, lo que también se observa en la planificación de las actividades semanales».

Con respecto a las otras asignaturas donde no se declara formalmente, se denota mediante la técnica de análisis de contenido de los documentos seleccionados, que el

trabajo en alfabetización mediática se realiza desde la propia secuencia de cada materia, con más atención a la dimensión tecnológica por la instrucción en el uso de los equipos y recursos indispensables como es el caso de la cámara fotográfica y de video, así como de los softwares de edición pertenecientes principalmente a las asignaturas de Televisión y Fotoperiodismo.

En el caso de la entrevista a las docentes de las materias de Periodismo Digital y Géneros Periodísticos, esta subcategoría se observa como transversal, pero no como responsabilidad exclusiva de la materia.

Con respecto al fomento de la **capacidad crítica de la materia**, el indicador correspondiente de la herramienta de análisis de contenido, señala la total atención en la construcción de los planes docentes, a través de la recopilación de los principales contenidos a impartir, actividades y resultados de aprendizaje propuestos.

En las entrevistas elaboradas, se habla recurrentemente de la competencia lectora que deberían haber formado los jóvenes que ingresan a la carrera de comunicación y su evidente relación con la dimensión *A. Lenguaje* de la competencia mediática. Los docentes indican que el poco desarrollo con el que llegan los jóvenes impide muchas veces el desarrollo de la criticidad.

Ligado a este tema están las actividades de desarrollo autónomo en el plan docente referentes a la lectura de artículos científicos y REA, pero no se evidencia en el análisis de contenido ejecutado, un adiestramiento de las competencias informacionales para mejorar los criterios de búsqueda en bases de datos digitales, a excepción de la asignatura de Géneros Periodísticos donde hay un apartado en la planificación docente que hace práctica la importancia y preparación sobre este tema. Como addendum a estas afirmaciones se

puede mencionar que el recurso más utilizado por los docentes para generar debate y criticidad en el aula es el video.

Una expresión particular del Coordinador de Titulación señala en referencia al uso de los entornos digitales con fines académicos: «El estudiante es bueno en un ambiente informal, pero cuando sale de su hábito tecnológico y se le pide cuestiones académicas, decae».

Frente a la percepción que tienen los docentes acerca de la **importancia que le da el estudiante al concepto de educación mediática**, todos los docentes tienden a pensar que es mínima y lo respaldan acotando en la entrevista que no tienen una conciencia clara sobre la comunicación y sus procesos. Uno de los docentes declara: «creo que le dan mínima importancia».

Frente al uso de medios digitales y audiovisuales en el proceso académico, los docentes entrevistados creen que los estudiantes conviven en la actualidad en entornos desconectados, en el sentido de que son ávidos usuarios de tecnología en un plano informal, pero cuando tienen que usarla en el mundo académico no lo logran o no les interesa. Se puntualiza «el estudiante puede llegar a estar muy disperso y cuando le toca responder objetivamente a la evaluación no hay respuesta positiva».

Un tema redundante es la vacuidad de los contenidos a los que los jóvenes estudiantes prestan atención y el tiempo que les dedican en la actualidad. En relación a este tema, en la entrevista se declara importante que los estudiantes comprendan que «las plataformas de comunicación vía internet se han convertido en un CV del comunicador».

Los entrevistados también están de acuerdo en que es trascendental la empatía de los docentes con la clase, saber llegar a los escenarios donde están los estudiantes y aducen

que existe poca flexibilidad en la mayoría de docentes para incorporar los nuevos medios en el aula.

En cuanto al análisis de **relación entre las competencias definidas en el plan docente de las asignaturas seleccionadas y las dimensiones de la competencia mediática**, se parte de la declaración de competencias específicas de la titulación de Comunicación Social de la UTPL que están directamente relacionadas con la Educomunicación: «Distinguir la visión general, teórica y práctica sobre la comunicación y los medios de la comunicación; utilizando las NTC's bajo los parámetros de la Educomunicación» y «Relacionar la educación y comunicación para analizar de manera crítica y reflexiva el rol de los medios», para luego proceder a cotejar su coincidencia con aquellas competencias formuladas por los docentes en los planes docentes de las 5 materias analizadas.

Como resultado obtenemos que 3 de los planes docentes no declaran ninguna de las competencias a desarrollar en la titulación relacionadas con la Educomunicación, mientras que 2 asignaturas las toman en cuenta.

Para abordar **el trabajo de las dimensiones de la competencia mediática en la asignatura a través de su relación con las actividades, contenidos y resultados de aprendizaje** se procede a realizar una cuantificación de la incidencia de cada dimensión, según la información recogida mediante el análisis de contenido de los 5 planes docentes seleccionados, en correlación con la opinión recabada en la entrevista a profundidad, en la que los docentes respondieron a la interrogante: ¿Qué dos dimensiones considera más importantes entre las seis que componen la competencia mediática?

| Dimensión | 1 Televisión | | 2 Fotoperiodis- mo | | 3 Géneros Periodísticos | | 4 Educomuni- cación | | 5 Periodismo Digital | | Total en la asignatura |
|--|-----------------|---|--------------------------|---|-------------------------------|---|---------------------------|---|----------------------------|---|---------------------------|
| | PD | E | P D | E | PD | E | PD | E | P D | E | |
| A. Lenguaje | | x | x | | x | x | | | x | x | 6 |
| B. Tecnología | x | | | | x | | | | x | | 3 |
| C. Procesos de interacción y recepción | | | | | x | | x | x | x | | 4 |
| D. Procesos de producción y difusión | x | | x | x | x | | x | | x | | 6 |
| E. Ideología y valores | | x | | x | | | x | x | | | 4 |
| F. Estética | x | | x | | x | x | | | | | 4 |

Tabla No. 12 Análisis de cuantificación de la incidencia de cada dimensión

Los resultados arrojan que las dimensiones que se constituyen como las más importantes para los docentes son A. Lenguaje y D. Procesos de producción y difusión, pues aparecen 6 veces sumando las impresiones de la entrevista y el insumo del análisis de los contenidos de los planes docentes. Cabe señalar que en el caso de Lenguaje, fue considerado por los docentes como el más importante al momento de hacer la pregunta en la entrevista, mientras que Procesos de producción y difusión aparece más veces según el análisis de los documentos de las materias.

Las demás dimensiones aparecen en la cuantificación entre 4 (C. Procesos de Interacción y Recepción, D. Ideología y valores y F. Estética) y 3 veces (B. Tecnología).

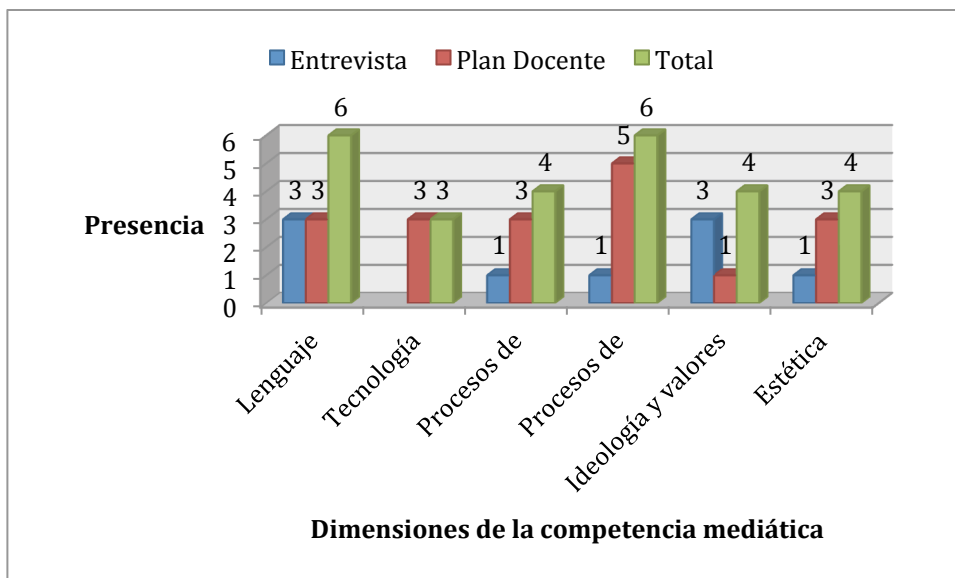


Gráfico No. 1 Presencia de las dimensiones de la competencia mediática en las asignaturas analizadas

En cuanto a la relación entre los contenidos que se abordan en el plan docente (dimensiones que atañen) y las expresiones de los docentes sobre su importancia, se puede acotar que en 4 de 5 planes, existe una divergencia. A excepción de la asignatura de Géneros Periodísticos, en donde se observa una correlación entre los contenidos y lo que la docente decreta en la entrevista a profundidad como de mayor importancia.

Al ser A. Lenguaje una de las dimensiones por la que más se decantan los docentes, vale mencionar que entre las razones de su importancia, en la entrevista se indica que esta dimensión puede ser considerada como base de la pirámide, a propósito se señala: «Si no se adquiere esos códigos de lectoescritura, la herramienta no sirve de nada».

Sobre E. Ideología y valores, a través de la entrevista, el docente que la considera como una de las más importantes, indica que su elección se debe a su relación con la parte humanista del profesional en formación, aduce que «la combinación entre texto e imagen

dice mucho de los valores». Otro docente entrevistado menciona «cuando tú hablas para muchas personas, tienes que sentir esa responsabilidad grande sobre tus hombros».

Sobre la dimensiones C. Procesos de Interacción y recepción y D. Procesos de producción y difusión se acota que «cuando los estudiantes saben reconocer el proceso de difusión y su respectiva interacción, baja dramáticamente la brecha con la responsabilidad ulterior, esto se logra -de cierta manera- a medida que se complementa la formación y con la madurez emocional que se alcanza».

Puntualmente las docentes de las asignaturas de Educomunicación y Periodismo digital expresan que con fines de respuesta a la interrogante planteada en la entrevista arman una escala de valoración, pero consideran que todas las dimensiones son indisociables e importantes aunque no se atienden transversalmente, enfatizan en que F. Estética, es una de las menos atendidas.

Aludiendo a la misma interrogante de la entrevista a profundidad, al Coordinador de Titulación se le pidió que analice la importancia de las dimensiones de la competencia mediática desde una perspectiva integral a la carrera. Se ubica en primer lugar a la ideología y valores, pues afirma en su declaración que se debe a un pilar de formación de la carrera. Señala que es lo primordial desde la visión de la titulación mediante su enfoque de *comunicación para el desarrollo*.

En cuanto a la pregunta **¿A qué dimensión le da menos importancia?** También elaborada a través de la entrevista, 5 de los 6 entrevistados indican que a B. La Tecnología y únicamente una entrevistada señala que E. Ideología y Valores. Entre las expresiones claves al momento de preguntar el porque de esta selección se encuentran: «Creo que el

sentido crítico no tiene que ver con la plataforma» y «La Ideología ya es un campo más subjetivo».

5.1.7. Metodología del docente (relación con los conceptos de la Educomunicación)

Para el análisis de este apartado se revisa en primer lugar el **uso competente de la tecnología y medios de comunicación para el proceso de enseñanza aprendizaje por parte del docentes**, del que mediante la cuantificación general (Tabla No. 10, basada en la herramienta de análisis de los contenidos de los planes docentes), se observa que 2 planes no son mayoritariamente satisfactorios en cuanto a la relación de los contenidos con el uso de herramientas digitales y la tecnología en las actividades que comportan dichos planes, mientras que 3 de los 5 planes analizados visibilizan el uso de herramientas tecnológicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es importante acotar que mediante el análisis de contenido se puede sostener que únicamente un plan alcanza un análisis satisfactorio en este tema, ya que se denota en el análisis de sus contenidos, que este abarca una estructura y diseño de actividades relacionadas con insumos digitales concordantes con un propósito de aprendizaje.

Se observa también a través de la herramienta de análisis, que el resto de planes evaluados utilizan los medios como objeto de aprendizaje, lo que es comprensible por la dinámica propia de las asignaturas pero no diversifican los recursos digitales de enseñanza-aprendizaje.

Por su parte, en la entrevista se hace alusión al uso de canales de comunicación alternativos como *Whatsapp* y *grupos de Facebook*. De igual manera la mayoría de docentes dicen que las redes sociales deben estar presentes en el aula y que estas y los recursos digitales no se pueden relegar.

En cuanto a la **metodología del docente para impartir la asignatura**, los entrevistados coinciden en que el método de impartición de clases es teórico-práctico, debido a la importancia de estos dos componentes en la formación.

Entre las actividades en las que se apoya estas metodologías, se recuentan a través del análisis efectuado en los planes el visionado de videos, el estudio de casos prácticos, la lectura de trabajos científicos (en su mayor parte para el refuerzo en el aprendizaje autónomo) y la invitación a docentes y expertos a la clase. Desde la opinión de los docentes se observa en contrasentido, que se deja de lado la mayoría de recursos digitales como aplicaciones y software de enseñanza sobre los que los docentes hacen alusión en la parte preliminar de la entrevista a profundidad (tópico: menciona 5 recursos que te son útiles para impartir tus clases).

Entre las actividades importantes que se puede destacar, recogidas desde los documentos y mencionadas por los propios docentes en las entrevistas se encuentran:

- Taller de escritura creativa (asignatura de Géneros Periodísticos).
- Taller presencial con Mónica Maruri, Directora de EDUCA-TV (asignatura de Educomunicación).
- Planificación y ejecución de un taller de nociones de educación mediática con alumnado de enseñanza básica obligatoria (asignatura de Educomunicación).
- Proyecto participante en la Convocatoria de Buenas Practicas de Innovación Docente de la UTPL titulado «Convergencia Mediática» en el que participan las asignaturas de Televisión, Géneros Periodísticos y Periodismo Digital.

Sobre el sistema de evaluación de la asignatura se detecta en el análisis elaborado, que se otorga un puntaje promediado entre actividades en clase y de medición de conocimientos como controles de lectura y examen bimestral.

Todos los docentes acotan en la entrevista dar más peso a los trabajos o proyectos prácticos antes que a la evaluación objetiva. En la entrevista, se destaca como nueva la heteroevaluación como táctica en las materias, en la que el estudiante evalúa los productos de sus compañeros, se premia el sentido crítico y la justicia.

Sobre el tratamiento del **plano de la expresión/creación y producción de contenidos culturales**, se observa mediante la recolección de información realizada a través del análisis de contenido, que en el total de los planes revisados existe presencia de esta subcategoría de análisis. No se declara específicamente a la producción de contenidos culturales como importante, pero se observa que se aborda en los proyectos de clase que se han mencionado en la entrevista y declarado como actividad del plan.

En el caso de la buena práctica «Convergencia Mediática» se detecta que los temas de los trabajos realizados como producto, tienen relación con valores modernos, tradiciones y problemas de la sociedad actual, mientras que en la asignatura de Fotoperiodismo, el docente responsable de la materia señala en la entrevista, que se trabaja durante todo el ciclo en un portafolio titulado «Loja».

En referencia a la **atención a las emociones en los mensajes de los medios de comunicación y su relación con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática**, se observa mediante el análisis de contenido, que únicamente la asignatura Educomunicación trata a través del tópico *pedagogía crítica de la publicidad*, aspectos tomados en cuenta en la **relación de las emociones entre medios y los consumidores**. Los demás planes docentes no lo declaran ni ejecutan en sus contenidos.

Conclusiones y limitación de la Investigación

1. Discusión

Analizar a la Educomunicación como «campo del saber» en la Titulación de Comunicación Social de la UTPL, significa mirar dentro de su conformación polifórmica y sobre todo activada por la actuación de diversos agentes, coincidiendo con la visión de una arquitectura del saber (Foucault, 1969).

De esta forma, las siguientes conclusiones se alinean a tratar de reconocer varias nociones, conceptos, postulados y actividades que en su conjunto, formar una práctica discursiva llevada a cabo en varios niveles y que cumple diversos propósitos en la formación académica y la evolución de las propuestas de investigación y desarrollo del – sujeto- de estudio de la presente investigación, la Educomunicación..

2. Conclusiones

La incidencia de la Educomunicación como «campo del saber» en los estudios de Comunicación Social de la UTPL tiene un carácter irregular. A través de las dos técnicas utilizadas en la presente investigación, se detecta un matiz de percepciones que sobre sus conceptos y panorama práctico tienen tanto los docentes que imparten asignaturas directamente vinculadas, como el Coordinador de Titulación. Lo que evidencia la dificultad de sentar bases epistemológicas para su desarrollo.

Ligado al punto anterior, se concluye que aunque según las expresiones de los docentes y gestor de la carrera, está totalmente fundada la necesidad de articular una formación específica sobre educación mediática, es notoria también la discusión sobre si se debe atender a un carácter profesionalizador a través de su relación directa con los

componentes de la malla académica, o a nociones epistemológicas que tienen base en el campo humanista del modelo académico de la UTPL.

Aunque es unánime la opinión de que la educación y competencia mediática es básica en el perfil formativo de la titulación, existe disparidad en los criterios sobre qué es básico trasladar al conjunto de experiencias teórico prácticas, que para efectos de esta investigación se han denominado *campo del saber*, pues se observan posiciones encontradas sobre la finalidad y alcance de la Educomunicación. Esto se evidencia en la diferencia de enfoques que tiene los docentes al preguntarles sobre la importancia de la educación mediática.

De las entrevistas realizadas podemos concluir que las nociones que se tienen sobre el concepto de educación mediática, se registran más por sensibilidad propia de los profesores (autoformación) que por la formación a lo largo de su carrera docente, lo que se correlaciona con la diversidad de posiciones encontradas en la entrevista sobre el rol que debería tener el profesional en formación como *educomunicador* y la inmersión de este indicador en las actividades desarrolladas en sus asignaturas.

También se puede mencionar que la asignatura que tiene una denominación específica de Educomunicación, sí es impartida por una persona que tiene una posición relevante en el desarrollo de iniciativas vinculadas a las concepciones de la educación mediática y que de igual manera su plan docente es mayoritariamente bien evaluado de acuerdo a los criterios establecidos en el análisis de contenido. Pero también nos encontramos con los otros docentes que, sin conocer mucho el campo específico de la educación mediática, sí están cubriendo de manera inconsciente un trabajo de las dimensiones asociadas a este término desde sus propias materias.

A través del análisis de contenido de los planes de estudio de las materias seleccionadas por su relación directa con la educación mediática, se ha constatado la presencia de los conceptos de Educomunicación, pues aunque solo 2 de los 5 planes analizados declaran entre sus competencias a desarrollar las relacionadas directamente con los conceptos de Educomunicación (tomando como base el perfil de competencias genéricas del programa formativo de la carrera de comunicación), sí se evidencia una presencia relevante en las actividades propuestas para el desarrollo de las habilidades de los futuros comunicadores. Paradójicamente, el plan docente con menor calificación en este apartado es el perteneciente a la asignatura de Periodismo Digital.

Es imperativo mencionar que ante la pregunta ¿Cree que la educación mediática está suficientemente atendida en la universidad? realizada a los docentes en la entrevista, existe una respuesta negativa en su totalidad, lo que se valora como un acto propio de conciencia y que al sopesarlo con los datos del punto anterior, evidencia una noción tácita pero no teórica de la educación mediática. También es necesario compararlo con la impresión del Coordinador de la carrera, quien en contrasentido a las expresiones de los profesores, cree que sí se da la suficiente atención a los elementos del panorama educomunicativo en la institución.

En lo que respecta al análisis del tratamiento de las dimensiones de la competencia vemos que destacan las dimensiones Lenguaje y Procesos de Producción y Difusión como prioritarias, tanto en las apreciaciones del profesorado entrevistado como en el análisis de los planes docentes. Este hecho coincide con las actividades y resultados de aprendizaje formulados en los que docentes que prestan más atención a estas áreas, inequitativo con otras dimensiones como la Estética.

En relación a este indicador, se debe hacer alusión a que el total de los entrevistados coinciden en catalogar como de menor importancia a la dimensión Tecnología, lo que muestra una conciencia de la integralidad de las propiedades académicas de la Educomunicación.

Con respecto al Programa de Investigación sobre «Educomunicación y Cultura Mediática» se cataloga tanto por lo docentes como a través de su análisis de contenido, que puede ser un potencial catalizador de la Educomunicación tanto en la Universidad como en su entorno social, pero se observa también con relación a sus postulados que existe la necesidad de *pensar casa adentro*, pues es una posibilidad de interiorizar en los jóvenes la real importancia que tiene la educación mediática, dada la casi nula importancia que según los mismos docentes, sus alumnos dan a los temas formales de la Educomunicación.

El gran reto de la Educomunicación, será penetrar en el panorama educativo actual a través de propuestas frescas e innovadoras, que conlleven a la formación de estudiantes críticos y participativos. La UTPL debe dar respuesta a estas necesidades de formación, llevadas al campo de la investigación y desarrollo ya desde hace algunas décadas, a través de su declaración tanto como competencias específicas de la Titulación de Comunicación Social como genéricas de la universidad, para lograr primordialmente el impacto en la formación de los futuros comunicadores y en un sentido más amplio la de todos los futuros profesionales, pues independientemente de cuál sea su ámbito de especialización, todos ellos conviven con los nuevos medios social y académicamente. Esta demanda de formación deberá entonces catapultar la definición y alcance de este paradigma de amplia perspectiva y la reflexión continua sobre el papel social, cultural y educativo de quienes se dedican a la comunicación de manera profesional.

3. Limitación de la investigación

Se cree que para completar este estudio es muy importante conocer las impresiones que sobre los conceptos y desarrollo de la Educomunicación en la carrera tienen los estudiantes de la titulación de Comunicación Social de UTPL.

El aporte que ellos pueden dar para entender el estado actual de la Educomunicación como «campo del saber» es trascendental, por lo que esta limitación a su vez puede ser tomada como un propuesta de continuación, que complemente y le permita un carácter integral a esta investigación.

Referencias

- Aguaded, I. (2011). La educación mediática, un movimiento internacional imparabla La ONU, Europa y España apuestan por la educomunicación *Comunicar*, 37, 7-8. [dx.doi.org/10.3916/C37-2011-01-01](https://doi.org/10.3916/C37-2011-01-01)
- Aguaded, I. (2013). El programa Media de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar*, 20 (40), 7-8. doi: [dx.doi.org/10.3916/C40-2013-01-01](https://doi.org/10.3916/C40-2013-01-01)
- Aparici, R. (coord.) (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Arenas, A. (2012). Educomunicación, ciudadanía y medios escolares: entrevista con cinco investigadores latinoamericanos. *[Con]textos*, 1(1), 11-18. doi: [dx.doi.org/10.21774/ctx.v1i1.34](https://doi.org/10.21774/ctx.v1i1.34)
- Barbas Coslado, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 14, 157-175. Recuperado de www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educomunicacion_angel-barbas.pdf
- Bardin, L. (1986): *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: The Free Press
- Buckingham, D. (2005): *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- CENECA (1992). *Educación para la Comunicación: manual latinoamericano*. Santiago de Chile: CENECA/UNICEF/UNESCO.
- Cloutier, J. (1975). *L'Ere d'EMEREC ou la Communication audio-scripto-visuelle al'heure des self-média*. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.
- Christ, W. (2004). Assessment, Media Literacy Standards and Higher Education. *American Behavioral Scientist*, 48, 92-96. doi: 10.1177/0002764204267254
- Comisión-Europea (2009): Recomendación 2009/625/CE de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. Recuperado de <http://goo.gl/QJKvzb>
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2006). *Libro Blanco. Estrategia para el desarrollo de la sociedad de la información en el Ecuador*. Recuperado de www.conatel.gov.ec/website/conectividad/sociedad.php?Cod_cont=280
- Corbetta, P. (2007). *Metodologías y técnicas de la investigación social*. España: Mcgrawhill.

- Declaración de Grünwald sobre la educación relativa a los medios de comunicación (1982). UNESCO. Recuperado de www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF
- Durán, J. (2009). Educación y saber: La redefinición de los saberes en los sistemas educativos de la modernidad tardía. *Nómadas*, 21. ISSN: 1578-6730
- European Commission. (2011). Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 96, 37- 39. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604 ISSN 0482-5276
- Ferrés, J. (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25, 9-17.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 15(29), 100-107. Recuperado de www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=29&articulo=29-2007-17
- Ferrés, J. (IP). (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Madrid, España: Tórculo Artes Gráficas.
- Ferrés, J., García-Matilla, A. & Aguaded, I. (2011). Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España. Madrid: Ministerio de Educación.
- Ferrés J. & Piscitelli A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75- 82. doi: 10.3916/C38-2012-02-08
- Foucault, M. (2003). *La arqueología del saber*. (Trad. de A. Garzón). Buenos Aires: Siglo XXI.(Original en Inglés, 1969).
- Frau-Meigs, D. & Torrent J. (2009). Políticas de educación en medios: hacia una propuesta global. *Comunicar*, 32, 10-14. doi: 10.3916/c32-2009-01-001.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI.
- F-Tucho, A., Fernández-Planells, M., Lozano, M. & Figueras-Maz (2015). La educación mediática, una asignatura pendiente en la formación de periodistas, publicitarios y comunicadores audiovisuales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 689-702. doi: 10.4185/RLCS-2015-1066.
- González, P., García-Ruiz, R. & Aguaded, J. I. (2014). La formación ética en competencias mediáticas: una cuestión ética en educación superior. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 79 (28.1), 17-28. Recuperado de dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4840023
- Jacquinot, G. (1996) *La escuela frente a las pantallas*. Buenos Aires: Aique.
- Jacquinot, G. (1997). *Image et pédagogie*. Paris: PUF.

- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Larrea, E. (2013). Modelo de organización del conocimiento por dominios científicos tecnológicos y humanísticos. Ecuador, Consejo de Educación Superior. Recuperado de http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=253&Itemid=581
- Ley Orgánica de Educación Superior (LOES). (2010). Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Recuperada de www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/loes1.pdf
- López, L. & Aguaded, M.C. (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, 44, 187-195. doi: 10.3916/C44-2015-20
- Marín, I., Díaz-Pareja, E. & Aguaded, I. (2013). La competencia mediática en niños y jóvenes: La visión de España y Ecuador. *Chasqui*, 1(124), 41-47. Recuperado de <http://186.5.95.155:8080/jspui/123456789/2040>
- Marín, I., Rivera, D. & Celly, S. (2014). Estudio sobre formación en competencia audiovisual. *Cuadernos.Info*, 35, 19-21. doi: 10.7764/cdi.35.628
- Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future directions. *The Journal of Media Literacy Education*, 2(1). 1-22. Recuperado de digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=jmle
- Martín B, J. (1999). *Retos culturales de la comunicación a la educación*. En Moreno, M. & Villegas, E. (Ed.), Educación, Comunicación y Cultura. Relaciones, aproximaciones y nuevos retos, 17-27. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Mendoza, D. (2015). *Uso del medio audiovisual en la Uleam: análisis y propuesta de un modelo formativo*. Ecuador: Editorial Mar Abierto.
- Olabuénaga, J. (2012) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao, Universidad de Bilbao.
- Oliveira Soares, I. de (2000). La comunicación/educación como nuevo campo de conocimiento y el perfil de su profesional. En H. Valderrama (Ed.). *Comunicación-educación. Coordinadas, abordajes y travesías*, 22-47. Bogotá, Colombia: Universidad Central-DIUC y Siglo del Hombre.
- Oliveira Soares, I. de (2009). Caminos de la Educomunicación: Utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas*, 30, 194-207. ISSN: 0121-7550
- Oliveira Soares, I. de (2011). *Educación mediática participativa: la perspectiva de la Licenciatura en Educomunicación, USP –Brasil*. En I Congreso Internacional de Educación Mediática & Competencia Digital. Congreso llevado a cabo en Segovia, España.
- Osuna, S., Lazo, C. M. & Aparici, R. (2013). Valores de la formación universitaria de los comunicadores en la Sociedad Digital: más allá del aprendizaje tecnológico, hacia un modelo educomunicativo. *Razón y Palabra*, 81.

- Parra, G. (2010). *Bases epistemológicas de la Educomunicación*. Recuperado de repository.unm.edu/handle/1928/10599
- Pérez-Rodríguez, m.A. y Delgado-Ponce Á.. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática. *Comunicar*, 39, 25-34. doi: 10.3916/C39-2012-02-02.
- Políticas de Educación en Medios: Aportaciones y Desafíos Mundiales / Mapping Media Education Policies In The World. (2009). *Monográfico de la Revista Comunicar*, 32.
- Proclamación de Alejandría acerca de la Alfabetización Informacional y el Aprendizaje de por Vida (2005). Recuperado de <https://alfactic.wikispaces.com/file/view/declaracion+de+Alejandria.pdf>
- Schaun, A. (2002). *Educomunicação: Reflexoes e Princípios*. Rio de Janeiro. Mauad.
- Sousa, B. de (2004). *La Universidad en el Siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipadora de la Universidad*. Corporación Viva la democracia, Bogotá.
- Tyner, K. (2008). Audiencias, intertextualidad y nueva alfabetización en medios. *Comunicar*, 15(3), 79-85. doi:10.3916/c30-2008-01-012
- Unesco (1984). *La Educación en materia de Comunicación*. Paris: UNESCO.
- Valdivieso Guerrero, T. S. (2010). Uso de TIC en la práctica docente de los maestros de educación básica y bachillerato de la ciudad de Loja. *EDUTEc, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (33), s/p. Recuperado de edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec33/
- Wilson, C., Grizzel, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C.K. (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional Currículum para Profesores*. París: UNESCO.
- Wolton, D. (2009). *Informar no es comunicar*. Barcelona: Gedisa.

Anexos

1. INFORMACIÓN GENERAL.

| | |
|----------------|---|
| TÍTULO: | Programa de investigación Educomunicación y Cultura Digital en al Zona 7 de Ecuador |
|----------------|---|

| | |
|-----------------------------------|---|
| ÁREA: Socio-Humanística | DEPARTAMENTO: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN |
| SECCIÓN DEPARTAMENTAL: | NARRATIVAS AUDIOVISUALES |
| LÍNEA ESTRATÉGICA: | Desarrollar una Universidad como Alma Mater para el Siglo XXI |
| PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN: | Comunicación para el Desarrollo Social |

| | | | |
|-------------------------|------------|----------------------|------------|
| Fecha de Inicio: | 05/01/2015 | Fecha de Fin: | 23/12/2016 |
|-------------------------|------------|----------------------|------------|

| DATOS DEL DIRECTOR DEL PROYECTO | |
|-----------------------------------|--|
| NOMBRES Y APELLIDOS: | Abel Romeo Suing Ruiz |
| IDENTIFICACIÓN: 1102394713 | CORREO ELECTRÓNICO: arsuing@utpl.edu.ec |

| ÁREAS DE CONOCIMIENTO DE ACUERDO A ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES | | |
|--|-----------------------------------|---------------------------------|
| SENESCYT | | |
| Actividad Científica | Objetivo Socioeconómico | Área Temática de I+D |
| Humanidades | Estructuras y relaciones sociales | Ciencias Sociales y Humanidades |
| OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR | | |
| 1: Consolidar el Estado Democrático y la Construcción del Poder Popular | | |
| UNESCO | | |
| Área | Sub - Área | |
| Ciencias sociales, educación comercial y derecho | Periodismo e información | |

| | |
|---|---------------|
| TIPO DE PROYECTO: | Investigación |
| Contribuye a la iniciativa Smart Land: | SI |
| Justifique ¿Por qué o en qué contribuye? | |
| <p>Contribuye a la iniciativa Smart Land en razón de la sistematización de indicadores sobre cultura y producción audiovisual, competencias mediáticas de jóvenes, recepción, usos y consumo de contenidos culturales a través de los medios de comunicación. Los proyectos que conforman el programa: Competencias mediáticas, Responsabilidad Social Universitaria, Televisión Digital y Observatorio de Comunicación Estratégica aportarán datos que facilitarán la orientación de políticas públicas de comunicación y desarrollo social.</p> | |

| |
|--------------------------|
| PRESUPUESTO TOTAL |
| 98874 |

1.1 EQUIPO DEL PROYECTO

1.1.1 EQUIPO INTERNO

| Nro. | ROL | TIPO | IDENTIFICACIÓN | NOMBRES Y APELLIDOS | % DE PARTICIPACIÓN |
|------|----------------|---------------------------|----------------|--------------------------------------|--------------------|
| 1 | Dirección | Docente a tiempo completo | 1102394713 | ABEL ROMEO SUING RUIZ | 50 |
| 2 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1103699201 | JENNY JOVITA YAGUACHE QUICHIMBO | 100 |
| 3 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1103142129 | PALADINES GALARZA FANNY YOLANDA | 100 |
| 4 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1103019350 | VALAREZO GONZALEZ KARINA PAOLA | 100 |
| 5 | Participación | Docente a tiempo completo | 1102907837 | KRUZKAYA ELIZABETH ORDOÑEZ GONZALEZ | 100 |
| 6 | Participación | Docente a tiempo completo | 1713383055001 | BARRAZUETA MOLINA PATRICIO | 25 |
| 7 | Participación | Docente a tiempo completo | 1104284516 | LILIA KRUSPKAYA CARPIO JIMENEZ | 25 |
| 8 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103870513 | GONZALEZ RENTERIA VERONICA ELIZABETH | 100 |
| 9 | Participación | Bechario BRU | 1105645368 | ATARIHUANA GONZALEZ JUAN DIEGO | 30 |

| | | | | | |
|----|---------------|---------------------------|------------|--|-----|
| 10 | Participación | Estudiante de pregrado | 0704621473 | JARAMILLO BRICEÑO MISHELL ESTEFANÍA | 30 |
| 11 | Participación | Tesista pregrado | 1104204118 | PATIÑO ZHINGRE GABRIELA DEL CISNE | 40 |
| 12 | Participación | Tesista pregrado | 0705052777 | ESPINOZA CORONEL LAURA PAOLA | 30 |
| 13 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103327365 | CATALINA CATALINA MIER SANMARTIN | 25 |
| 14 | Participación | Docente a tiempo completo | 1104011943 | GABRIELA DE LAS MERCEDES CORONEL SALAS | 25 |
| 15 | Participación | Docente a tiempo completo | AAC923396 | ISIDRO MARIN GUTIERREZ | 25 |
| 16 | Participación | Tesista pregrado | 1900628148 | DIANA MARICELA ORDOÑEZ CHALAN | 30 |
| 17 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103251284 | PUNIN LARREA MARIA ISABEL | 25 |
| 18 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103871941 | CLAUDIA VANESSA RODRIGUEZ HIDALGO | 50 |
| 19 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103777163 | VERONICA PAULINA ALTAMIRANO BENITEZ | 50 |
| 20 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103594741 | IRMA ELIZABETH CADME SAMANIEGO | 25 |
| 21 | Participación | Docente a tiempo completo | 1102853783 | PUERTAS HIDALGO ROSARIO JOHANNA | 100 |
| 22 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103152458 | CARLOS VLADIMIR GRANDA TANDAZO | 100 |
| 23 | Participación | Docente a tiempo completo | 1102609516 | ANDRADE VARGAS LUCY DEYANIRA | 50 |
| 24 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103182166 | IRIARTE SOLANO MARGOTH | 50 |
| 25 | Participación | Docente a tiempo completo | 1104240625 | JHOANA RAQUEL CORDOVA CAMACHO | 30 |
| 26 | Participación | Docente invitado | 1103634885 | GUAMAN JARAMILLO JORGE EDUARDO | 50 |
| 27 | Participación | Docente a tiempo completo | 1104575566 | KAREN CESIBEL VALDIVIEZO ABAD | 100 |
| 28 | Participación | Docente a tiempo completo | 1102904313 | KARINA SOLEDAD SALCEDO VITERI | 100 |
| 29 | Participación | Tesista pregrado | 1104242498 | ROJAS MENDIETA KAREN JANINA | 25 |

| | | | | | |
|----|----------------|---------------------------|---------------|-------------------------------------|-----|
| 30 | Participación | Tesista pregrado | 1104627060 | TACURI NARANJO ELOIZA CRISTINA | 25 |
| 31 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103734107001 | ENCISO QUISPE LILIANA ELVIRA | 40 |
| 32 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1104220908 | RIVERA ROGEL DIANA ELIZABETH | 80 |
| 33 | Participación | Becario BRU | 1104738115 | MARIN ROMERO CECIBEL FERNANDA | 100 |
| 34 | Participación | Becario BRU | 0704617299 | ROSETO MALDONADO DOMINIQUE RAHEL | 100 |
| 35 | Participación | Docente a tiempo completo | AAF942174 | VAZQUEZ MARQUEZ ISRAEL | 20 |
| 36 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1103195143 | VELASQUEZ BENAVIDES ANDREA VICTORIA | 100 |
| 37 | Co - Dirección | Docente a tiempo completo | 1104054406 | ORTIZ LEON CARLOS | 100 |
| 38 | Participación | Docente a tiempo completo | 1103394670 | MAHAUAD BURNEO MARIA DOLORES | 50 |
| 39 | Participación | Docente a tiempo completo | 1102627328 | BEDER GONZALO AGUILAR CAMPOVERDE | 50 |

1.1.2 EQUIPO EXTERNO COOPERANTE

| Nro. | IDENTIFICACIÓN | NOMBRES Y APELLIDOS | ROL | TIPO | ENTIDADES DE COOPERACIÓN |
|------|----------------|---------------------|---------------|---|--|
| 1 | 0102625092 | Cecilia Ugalde | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DEL AZUAY |
| 2 | 0910432988 | María Elena Godoy | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO |

| | | | | | |
|---|------------|-----------------------------------|---------------|---|--|
| 3 | 1709439887 | Freddy Roberto Acosta Buenaño | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS ESPE |
| 4 | 1716161037 | Mónica Lucía Santillán Trujillo | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS ESPE |
| 5 | BE710836 | Francisco Sierra Caballero | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | CIESPAL |
| 6 | 1711696342 | Gonzalo Fernando Olmedo Cifuentes | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS ESPE |
| 7 | 1400261218 | Fernando Ortiz | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE CUENCA |
| 8 | 52.040.118 | Yamile Sandoval Romero | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CALI |

| | | | | | |
|----|------------|--------------------------|---------------|---|--|
| 9 | 0101937894 | Wilson Garate | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE CUENCA |
| 10 | 0701596140 | Raúl Moncada | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | Universidad Central del Ecuador |
| 11 | 0601784622 | Roberto Freire | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | Universidad Central del Ecuador |
| 12 | 0102972981 | Catalina González | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DEL AZUAY |
| 13 | 0985988183 | Marco Faytong | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO |
| 14 | 29203276 | Alejandro Álvarez Nobell | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UCO-UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA |

| | | | | | |
|----|------------|-----------------------------|---------------|---|---|
| 15 | 1714298625 | Diego Eduardo Apolo Buenaño | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA- ARGENTINA (CINDEFI) |
| 16 | 29756532Y | José Ignacio Aguaded Gómez | Participación | Equipo externo perteneciente a otra Universidad, red u organismo nacional o internacional | UNIVERSIDAD DE HUELVA |

1.1.3 EQUIPO EXTERNO A CONTRATAR:

| Nro. | PERFIL REQUERIDO | FUNCIÓN | PRICIPALES ACTIVIDADES A DESARROLLAR | TIEMPO CONTRATACION (meses) | NÚMERO DE PERSONAL A CONTRATAR | DE TENER PERSONAL RECOMENDADO, LO PUEDE INCLUIR | |
|------|---|------------------|---|-----------------------------|--------------------------------|---|----------------------------|
| | | | | | | IDENTIFICACIÓN | NOMBRES Y APELLIDOS |
| 1 | Apoyo a investigadores en aplicación de instrumentos de investigación | Analista Tipo 3 | Tratamiento de información en software estadístico | 2 | 1 | 0000000000 | POR DEFINIR POR DEFINIR |
| 2 | Titulado universitario en comunicación social, relaciones públicas, economía. | Técnico Tipo 2 | Apoyo a investigadores en aplicación de instrumentos de investigación | 2 | 4 | 0000000000 | POR DEFINIR POR DEFINIR |
| 3 | Titulado universitario en comunicación social, relaciones públicas | Asistente Tipo 3 | Selección de casos y levantar datos de consumo contenidos en TDT | 5 | 2 | 0000000000 | POR DEFINIR POR DEFINIR |

1.2 ENTIDADES DE COOPERACIÓN:

| Nro. | NOMBRE DE LA ENTIDAD | PERSONA DE CONTACTO | | TELÉFONOS |
|------|---|---------------------|--------------------|-------------|
| | | NOMBRES Y APELLIDOS | CORREO ELECTRÓNICO | |
| 1 | UNIVERSIDAD DE HUELVA | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 2 | UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CALI | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 3 | UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 4 | UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA- ARGENTINA (CINDEFI) | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 5 | UÇO-UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 6 | UNIVERSIDAD DE MÁLAGA | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 7 | UNIVERSIDAD DE CUENCA | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 8 | Universidad Central del Ecuador | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 9 | UNIVERSIDAD DEL AZUAY | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 10 | CIESPAL | Por Definir | Por Definir | Por Definir |
| 11 | UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS ESPE | Por Definir | Por Definir | Por Definir |

2. INFORMACIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO.

RESUMEN EN ESPAÑOL DEL PROYECTO

Este programa de investigación nace con la intención de vincular diferentes líneas de investigación abiertas por distintos miembros del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL. El programa busca consolidar estas líneas en torno a un marco común relacionado con la Educomunicación y la Cultura Digital, y los modos en que estos aspectos se están manifestando y desarrollando dentro de la sociedad actual, y más concretamente, dentro de la sociedad ecuatoriana. Consideramos necesario investigar los usos educativos de los medios de comunicación y sus transformaciones en la era digital dentro de la sociedad ecuatoriana, y para ello, hemos formado un equipo intergeneracional formado por docentes, investigadores y estudiantes de la UTPL, además de contar con el apoyo de otros centros y universidades de Ecuador y de otros países. El objetivo final es crear un equipo y una red de investigación vinculado a estos aspectos que sea capaz de estudiar y analizar críticamente la nueva realidad comunicativa y mediática que se está construyendo en Ecuador.

Los proyectos a ejecutar son: Competencias Mediáticas, Uso y consumo de medios; Comunicación Estratégica; Televisión Digital Terrestre; Responsabilidad Social; Crowdfunding; y, Catalogación del Patrimonio Audiovisual.

Los problemas que el programa de investigación aspira responder están vinculados con los habitantes de la Zona 7 de Ecuador:

- ¿Cuáles son las competencias mediáticas que las nuevas generaciones desarrollan para hacer posible un aprendizaje intuitivo, lúdico, sin esfuerzo, mientras que las personas de mayor edad necesitan más tiempo y esfuerzo para descifrar las innovaciones en el campo de las TIC?
 - ¿Cuándo y cómo los jóvenes universitarios usan y consumen los medios de comunicación y, a la par, la construcción de contenidos que puedan garantizar el ejercicio de la ciudadanía?
 - ¿Qué y cómo se formula la demanda de la sociedad a las organizaciones públicas, privadas y gubernamentales para un desarrollo sostenible en el marco económico, social y ambiental?
 - ¿Cómo se avizora el aporte de la comunicación estratégica en el desarrollo económico de las organizaciones?
 - ¿Cómo el crowdfunding o micro mecenazgo pretende lograr conocimiento científico por medio de la web 2.0? ¿Qué implicaciones supone para la práctica de periodismo en sociedad contemporánea?
 - ¿Cómo se integrarán las aplicaciones interactivas de la televisión digital terrestre en los contenidos audiovisuales educativos? ¿Qué relación existe entre la oferta de contenidos educativos de la televisión digital terrestre y los usos y consumos del público infantil?
 - ¿Qué y cómo el audiovisual aporta en la transmisión de la cultura contemporánea de Loja?
- En el desarrollo de piezas audiovisuales para ensayar aplicaciones interactivas para TDT y la posterior evaluación en relación a competencias mediáticas y recepción se emplearán los recursos audiovisuales de los laboratorios de la Dirección de Comunicación de UTPL.

PALABRAS CLAVES

Competencias mediáticas; consumo y uso de medios de comunicación; televisión digital; crowdfunding; comunicación estratégica; patrimonio audiovisual, responsabilidad social

INTRODUCCIÓN:

Inicialmente se desarrolló el concepto de competencia en el mundo laboral y de la empresa. Poco a poco se fue introduciendo en el mundo escolar y académico hasta llegar a ser un eje temático en las recientes reformas educativas. La competencia, además de un saber hacer, debe incluir el saber entender, comprender las implicaciones de los hechos, prever las consecuencias y asumirlas de manera responsable (Montenegro, 2005: 14).

En Ecuador los medios de comunicación social, tanto públicos como privados o comunitarios, deben satisfacer las necesidades de información, educación y entretenimiento de todos los grupos sociales (UNESCO, 2011: 95) además "propender a la educomunicación" según el artículo 71 de la Ley Orgánica de Comunicación, pero ¿se está desarrollando este apartado en los medios de comunicación la Zona 7 de Ecuador?

Los mensajes difundidos especialmente por el cine y la televisión, no solo comunican contenidos informativos o de entretenimiento, sino que en efecto afirman valores sociales, dinamizan el comercio a través de la publicidad y la generalización de hábitos de consumo, e inciden directamente en la educación ciudadana, el debate político y la configuración de la identidad nacional (Plan Nacional de Desarrollo, 2007. Ecuador).

En paralelo a esta realidad de los medios vivimos la evolución de las organizaciones, que demandan el análisis de la gestión de la comunicación estratégica. La digitalización tecnológica ha modificado e integrado los procesos comunicativos en torno a un mundo virtual, si se analiza las organizaciones con un prisma modélico de tipo sistémico (Bertalanfly, 1976). Frente a este panorama la universidad debe responder a los desafíos y retos de la sociedad actual y adoptar una planificación estratégica y socialmente responsable para diferenciarse, reconstruir su relevancia, pertinencia y legitimidad. Así mismo, desde la academia se debe contribuir de forma integral a ejercer un compromiso activo, real, de doble vía, con el entorno interno y externo.

Los elementos descritos derivan en el estado actual de la Zona 7 en torno a lo cual se articulan los proyectos de investigación.

OBJETIVOS:
GENERALES

-Describir y analizar el consumo y uso de los medios de comunicación en los estudiantes universitarios del país, con énfasis en la Zona 7.

ESPECIFICOS

- Determinar indicadores para evidenciar modelos de gestión socialmente responsables que sirvan de base para que comunicándoles correctamente puedan sostener una reputación positiva.
- Determinar las principales líneas de acción (comunicación digital, actividades de RR.PP, comunicación interna y marketing) identificadas en la primera fase (año 2014) y sobre ellas investigar sus usos tanto en lo profesional como en lo institucional.
- Contribuir a la mejora de la alfabetización mediática de los estudiantes y profesores universitarios de la Zona 7.
- Determinar las aplicaciones interactivas que acompañen a la emisión de contenidos educativos, tomando como caso de estudio una ciudad de la Zona 7 que este próxima o ya emita televisión digital terrestre.
- Identificar nuevos modos de financiación surgidos en la era digital, como el crowdfunding o micro mecenazgo, y su aplicación, tomando como referencia la Zona 7 y su relación con casos de éxito en América Latina.
- Estudiar el Crowdfunding y los medios de comunicación en América Latina.
- Rescatar, ordenar y catalogar, el Patrimonio Audiovisual existente en la UTPL en el periodo (1980-1990)

METODOLOGÍA:

El programa de investigación utilizará métodos cualitativos y cuantitativos, los instrumentos estarán relacionados con los proyectos a ejecutar, principalmente serán la observación, análisis de contenidos, estudios de caso, encuestas y entrevistas.

Específicamente para diagnosticar el nivel de competencia mediática de los estudiantes y profesores universitarios se propone un cuestionario y focus group, para buscar un entendimiento del fenómeno de las competencias mediáticas en los estudiantes y profesores.

El diseño metodológico tendrá en cuenta información recolectada de la población estudiantil perteneciente a las instituciones de educación superior de la Zona 7 del país. Como criterios de selección para participar en la investigación se ha establecido para los estudiantes: que tengan entre 18 y 23 años de edad; que se encuentren cursando el primer y último año de Universidad.

Para conocer la gestión en comunicación digital, actividades de RRPP, comunicación interna y marketing, se aplicará encuestas y entrevistas a los responsables de la comunicación de las organizaciones a nivel nacional.

Los proyectos de TDT, RSE, crowdfunding y patrimonio audiovisual emplearán iguales instrumentos que los detallados que se aplicarán según el cronograma establecido por actividades y entregables.

RESULTADOS POR OBJETIVOS:

- 6 Publicaciones indexadas en ISI o Scopus.
- 6 Ponencias en congresos nacionales e internacionales
- 6 Artículos de divulgación
- 50 Trabajos de Fin de Titulación (TFT) de Comunicación Social y Relaciones Públicas.
- Docentes que se gradúen de doctorado (2 tesis).
- Propuesta de Maestría en Edu - Comunicación y Cultura Digital

CRONOGRAMA:

| ACTIVIDAD | FECHA INICIO | FECHA FIN |
|---|-----------------------|------------------------|
| Publicaciones en congreso y revistas indexadas | 10/5/2015 12:00:00 AM | 11/27/2015 12:00:00 AM |
| Propuesta para digitalizar el patrimonio audiovisual de UTPL | 1/5/2015 12:00:00 AM | 9/10/2015 12:00:00 AM |
| Revisión documental y bibliográfica crowdfunding | 1/5/2015 12:00:00 AM | 4/30/2015 12:00:00 AM |
| Presentación de comunicaciones crowdfunding | 2/2/2016 12:00:00 AM | 5/2/2016 12:00:00 AM |
| Presentación de artículos en revistas indexadas crowdfunding | 5/2/2016 12:00:00 AM | 12/1/2016 12:00:00 AM |
| Artículos para revistas indexadas | 10/3/2016 12:00:00 AM | 11/30/2016 12:00:00 AM |
| Artículos de divulgación | 7/1/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Participación en congresos internacionales de la especialidad | 7/1/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Titulación doctoral de docentes | 8/3/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Elaboración de un brochure informativo y difusión de resultados | 1/5/2016 12:00:00 AM | 11/10/2016 12:00:00 AM |
| Análisis e interpretación de resultados crowdfunding | 10/2/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Programa de graduación II | 1/5/2016 12:00:00 AM | 8/19/2016 12:00:00 AM |
| Video con perfil de competencia mediáticas | 9/1/2015 12:00:00 AM | 11/2/2015 12:00:00 AM |
| Videos para pilotos de TDT con interactividad | 7/1/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Aplicación de instrumentos de investigación sobre recepción de EV educativa. | 5/4/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Crear un barómetro de RS de las Universidades de la Región 7 UTPL reconocida como punto verde | 1/5/2015 12:00:00 AM | 11/30/2015 12:00:00 AM |
| Aplicación de encuestas y entrevistas para Observatorio. | 4/1/2015 12:00:00 AM | 7/31/2015 12:00:00 AM |

| | | |
|--|------------------------|------------------------|
| Aplicación informática óptima para recoger y visualizar la información Entregar a la UTPL un modelo de gestión socialmente responsable | 1/5/2015 12:00:00 AM | 11/27/2015 12:00:00 AM |
| Crear un barómetro de RS de las Universidades de Ecuador y del Área Andina de América Latina | 1/11/2016 12:00:00 AM | 11/18/2016 12:00:00 AM |
| Puesta a punto de la aplicación informática de un barómetro que pueda recoger y visualizar la RS que desarrollan las Universidades de Ecuador y del Área Andina de América Latina. | 1/4/2016 12:00:00 AM | 11/21/2016 12:00:00 AM |
| Catálogo impreso y digital de patrimonio audiovisual de UTPL | 1/5/2015 12:00:00 AM | 9/10/2015 12:00:00 AM |
| Digitalización del patrimonio audiovisual de UTPL | 10/5/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Modelo de gestión para catalogación y archivo del patrimonio audiovisual de UTPL | 10/12/2015 12:00:00 AM | 12/31/2015 12:00:00 AM |
| Observación participante y entrevistas crowdfunding | 5/1/2015 12:00:00 AM | 10/5/2015 12:00:00 AM |
| Validación del instrumento de investigación (cuestionarios y fichas para analizar Ley de Educación Superior) | 2/2/2015 12:00:00 AM | 3/27/2015 12:00:00 AM |
| Aplicación de los instrumentos de investigación a los estudiantes y profesores universitarios | 5/4/2015 12:00:00 AM | 8/28/2015 12:00:00 AM |
| Codificación de los resultados, análisis e informe | 9/8/2015 12:00:00 AM | 11/20/2015 12:00:00 AM |
| Realización de talleres para estudiantes y profesores sobre competencias mediáticas | 11/2/2015 12:00:00 AM | 11/27/2015 12:00:00 AM |
| Programa de graduación | 1/5/2015 12:00:00 AM | 8/28/2015 12:00:00 AM |
| -Describir y analizar el consumo y uso de los medios de comunicación en los estudiantes universitarios del país, con énfasis en la Zona 7. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Estudiar el Crowdfunding y los medios de comunicación en América Latina. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Rescatar, ordenar y catalogar, el Patrimonio Audiovisual existente en la UTPL en el periodo (1980- 1990) | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - 6 Publicaciones indexadas en ISI o Scopus. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - 6 Ponencias en congresos nacionales e internacionales | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - 6 Artículos de divulgación | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - 50 Trabajos de Fin de Titulación (TFT) de Comunicación Social y Relaciones Públicas. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Docentes que se gradúen de doctorado (2 tesis). | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Propuesta de Maestría en Edu - Comunicación y Cultura Digital | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |

| | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| - Determinar indicadores para evidenciar modelos de gestión socialmente responsables que sirvan de base para que comunicándoles correctamente puedan sostener una reputación positiva. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Determinar las principales líneas de acción (comunicación digital, actividades de RR.PP, comunicación interna y marketing) identificadas en la primera fase(año 2014) y sobre ellas investigar sus usos tanto en lo profesional como en lo institucional. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Contribuir a la mejora de la alfabetización mediática de los estudiantes y profesores universitarios de la Zona 7. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Determinar las aplicaciones interactivas que acompañen a la emisión de contenidos educativos, tomando como caso de estudio una ciudad de la Zona 7 que este próxima o ya emita televisión digital terrestre. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| - Identificar nuevos modos de financiación surgidos en la era digital, como el crowdfunding o micro mecenazgo, y su aplicación, tomando como referencia la Zona 7 y su relación con casos de éxito en América Latina. | 1/1/0001 12:00:00 AM | 1/1/0001 12:00:00 AM |
| Artículos de divulgación | 1/1/2016 12:00:00 AM | 7/29/2016 12:00:00 AM |
| Participación en congresos internacionales de la especialidad | 1/1/2016 12:00:00 AM | 9/30/2016 12:00:00 AM |
| Titulación doctoral de docentes | 1/1/2016 12:00:00 AM | 8/31/2016 12:00:00 AM |
| Análisis e interpretación de resultados crowdfunding | 1/1/2016 12:00:00 AM | 2/1/2016 12:00:00 AM |
| Vídeos para pilotos de TDT con interactividad | 1/1/2016 12:00:00 AM | 2/17/2016 12:00:00 AM |
| Aplicación de instrumentos de investigación sobre recepción de EV educativa. | 1/1/2016 12:00:00 AM | 3/8/2016 12:00:00 AM |
| Digitalización del patrimonio audiovisual de UTPL | 1/1/2016 12:00:00 AM | 6/30/2016 12:00:00 AM |
| Modelo de gestión para catalogación y archivo del patrimonio audiovisual de UTPL | 1/1/2016 12:00:00 AM | 7/28/2016 12:00:00 AM |

BIBLIOGRAFÍA:

- AITAMURTO, T. (2011) . ¿The impact of crowdfunding in journalism¿. Journalism Practice, Volume 5, Issue 4, 2011, pp. 429-445.
- Alfaro, R. (2010). ¿RECEPTORES O CIUDADANOS? MEMORIAS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS.
- ANDERSON, C. (2009). The Longer Long Tail. How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. London: Random House Business Books.
- ARAÚJO, J. (2009). Comunicación empresarial e institucional: una perspectiva comparada.
- Basantes Betty, H. R. (2010). RADIOGRAFÍA DE LA RECEPCIÓN EN EL ECUADOR. 2.
- Becerra, Martín; García-Castillejo, Ángel; Santamaría, Óscar; y, Arroyo, Luis (2012): Cajas Maginas: El renacimiento de la televisión pública en América Latina. Madrid: Tecnos.
- CAPRIOTTI, P. (1992). La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada. 1º ed.
- Casetti, F., & Di Chio, F. (1999). ANÁLISIS DE LA TELEVISIÓN. Barcelona, España: Paidós, 88.
- Castells, M., Fernández, M., Linchuan, J., & Araba, S. (2006). COMUNICACIÓN MÓVIL Y SOCIEDAD. Barcelona, España: Ariel.
- CASTILLO ESPARCIA, A. (2005). Comunicación Organizacional. Málaga: Clave Aynadamar.
- CHATFIELD, T. (2011). 50 Digital Ideas You Really Need to Know. London: Quercus.
- COHN, D. (2011). ¿Periodismo ciudadano: Investigación. Spot.us¿. En: Espiritusanto, O., y Gonzalo Rodríguez, P. (coords.), Periodismo ciudadano.
- Comunicación. Análisis de los sitios de prensa virtuales. Organicom, nº3, 132-149.
- DIRCOM, D.D.C. (2005). El estado de la Comunicación en España. MK. Marketing y Ventas para Directivos, 20(204), 8-11.
- Dominick, J. (2002). LA DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN MASIVA. México: McGraw-Hill, 21,91.
- DPRG/ICV Deutsche Public Relations Gesellschaft/Internationaler Controller Verein. (2009).
- DPRG/ICV framework for communication measurement. Berlin: DPRG. Recuperado de
- ESPIRITU SANTO, O. y GONZALO, P. (2011). ¿El valor de la participación y el periodismo ciudadano¿. En Espiritu Santo, O., y Gonzalo Rodríguez, P. (coords.), Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Barcelona: Ariel.
- Evolución positiva de la comunicación. Barcelona: Ariel.
- López A, 1992. Manual de documentación audiovisual. Ed. Universidad de Navarra S.A.
- Plan Nacional de Desarrollo 2007 ¿ 2010 (Artículo)
- EL FUTURO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN ECUADOR. PROPUESTA PARA EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. Consejo Nacional de Cine
- Vallaey, F. (2009). La RSU: ¿Cómo entenderla para quererla y practicarla desde las aulas? Revista EKOS. Memoria de Responsabilidad Social Empresarial. Ecuador 2009 , 127-131.
- ESQUEL. (2000). Modelos Empresariales de Responsabilidad Social. La experiencia a partir de seis estudios de caso. Quito: ESQUEL.

2.8 OBSERVACIONES:

El programa de investigación requiere 3 becarios de investigación cuyos datos aún no se han ingresado porque no está abierta la convocatoria UTPL para postular, más adelante se ingresarán la información completa. La Prof. Nilda Jacks de la Universidad de Sao Paulo, Fb681316, experta en estudios de recepción de medios, tendrá una participación como asesora consultora, su nombre no fue registrado como equipo externo cooperante por la relación contractual que tendrá en el proyecto.

3. PRESUPUESTO.
3.1 RESUMEN

| ÍTEM | VALOR |
|--------------------------------------|-------|
| Equipos/Infraestructura/Bibliografía | 13500 |

| | |
|--|--------------|
| Materiales/Suministros/Reactivos | 14900 |
| Honorarios | 17050 |
| Viáticos y Subsistencias/Nacional | 5850 |
| Viáticos y Subsistencias/Internacional | 7490 |
| Capacitación | 7490 |
| Gastos Varios | 6960 |
| Total de Costos Directos | 73240 |
| Total de Costos Indirectos | 25634 |
| Total Presupuesto | 98874 |

3.2 DETALLE

| ÍTEM | SUBITEM | DESCRIPCION | CANTIDAD | VALOR | TOTAL | V. AÑO1 | V. AÑO2 |
|---|--|-------------------------------|----------|-------|-------|------------|------------|
| Honorarios | Personal subcontratado | personal | 1 | 17050 | 17050 | 11925 | 5125 |
| Viáticos y Subsistencias /Nacional | Viáticos Nacionales + pasajes terrestres y aéreos+trámites de visa | Viáticos y pasajes nacionales | 18 | 325 | 5850 | 2925 | 2925 |
| Viáticos y Subsistencias /Internacional | Viáticos internacionales | internacionales | 1 | 7490 | 7490 | 4500 | 2990 |
| Capacitación | Inscripciones a congresos +cursos +seminarios +talleres | congresos | 1 | 7490 | 7490 | 2990 | 4500 |
| Gastos Varios | Mercadeo y Publicaciones | Mercadeo y publicaciones | 10 | 500 | 5000 | 2500 | 2500 |
| Gastos Varios | Otros gastos | Pagos DOI | 14 | 140 | 1960 | 980 | 980 |
| Equipos/Infra estructura/Bibliografía | Equipos | equipos | 1 | 8500 | 8500 | 7000 | 1500 |
| Equipos/Infra estructura/Bibliografía | Bibliografía | bibliografía | 1 | 5000 | 5000 | 3500 | 1500 |
| Materiales/Suministros/Reactivos | Suministros | materiales | 1 | 14900 | 14900 | 12500 | 2400 |

| | | |
|-------------------------------|--|-------------------------------------|
| INVESTIGADOR: | AUTORIZADO POR: | |
| | | |
| Nombre: Abel Romeo Suing Ruiz | DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA |

Tabla de análisis de contenido

Unidad de análisis: Plan Docente de componente académico (Syllabus)

Fecha de análisis:

Datos relevantes

Nombre del componente: EDUCOMUNICACIÓN

Tipo de componente: TRONCAL

Numero de créditos del componente: 4

Periodo académico: Abril - Agosto 2016

| Categoría | Subcategorías | Variables de analisis | | | Cuantificación incidencia concepto educomunicación | |
|--|---|-----------------------|-------------------|--|--|---|
| | | 1.Descripción | 2. Palabras clave | 3. Relación con indicadores de las dimensiones de la competencia mediática | 0 | 1 |
| 1. Formación sobre Educomunicación | 1.1. Implicación del concepto de Educomunicación en los contenidos impartidos | | | | | |
| | 1.2. Implicación del rol del profesional en formación como "educomunicador" | | | | | |
| | 1.3. Importancia otorgada al concepto de la Educomunicación | | | | | |
| | 1.4. Fomento de la alfabetización mediática | | | | | |
| | 1.5. Fomento de la capacidad crítica del estudiante | | | | | |
| 2. Relación de la Educomunicación con la metodología docente para el proceso de enseñanza – aprendizaje del componente | 2.1. Competencias a trabajar definidas por el docente relacionadas con la Educomunicación | | | | | |
| | 2.2. Dedicación de tiempo clase para actividades relacionadas con Educomunicación | | | | | |
| | 2.3. Actividades para el aprendizaje autónomo relacionadas con Educomunicación | | | | | |
| | 2.4. Uso competente de la tecnología por parte del docente | | | | | |
| | 2.5. Utilización de los medios de comunicación audiovisuales y digitales como herramientas para enseñar determinados contenidos | | | | | |
| | 2.6. Sistema de evaluación del componente | | | | | |
| 3. Actividades de Innovación Docente | 3.1. Actividades importantes realizadas | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| relacionadas con los parámetros de la Educomunicación | 3.2. Actividades participantes en convocatorias de innovación docente | | | | | |
| 4. Desarrollo y producción específica de contenido de acuerdo a los parámetros de la Educomunicación | 4.1. Producción específica de contenidos educativos y culturales | | | | | |
| | 4.2. Uso competente de la tecnología por parte de los estudiantes | | | | | |
| | 4.3. Atención a las emociones en los mensajes de los medios de comunicación y su relación con las dimensiones e indicadores de la competencia mediática | | | | | |

Anexo No. 3

GUIÓN ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A DOCENTES

CUESTIONARIO PREVIO

Datos de identificación (Ficha)

Sexo

Edad

Formación/Titulación

Categoría

Antigüedad

Asignaturas que imparte de educación mediática (nombre, estudios/facultad, obligatoria/optativa...)

Años de experiencia impartiendo asignaturas de Educación Mediática

Fecha de la entrevista:

Hora de inicio y hora de finalización:

Cuestiones previas a al inicio formal de la entrevista

- ¿Podrías indicarnos los 5 recursos audiovisuales o multimedia que le resultan más útiles en su práctica docente de la asignatura?
- ¿Podrías indicar algunas referencias de materiales audiovisuales *online* que sean útiles para la dinámica de sus clases?
- Participas o has participado en alguna investigación sobre educación mediática? ¿En cuál?

ENTREVISTA

Esta entrevista se sitúa en el contexto de una investigación previa a la obtención del título de Master en Educación y Comunicación Audiovisual relacionado con el desarrollo de Educomunicación, como campo del saber en nuestra titulación.

Te recuerdo que las informaciones que nos facilites serán anonimizadas, por lo que te pedimos que te muestres lo más sincero posible.

Tiempo aproximado de entrevista: 1 hora.

1. Bloque introductorio

1.1 ¿Qué entiendes por educación mediática?

Habría que ver si de la respuesta se infiere que el entrevistado tiene en cuenta el concepto de prosumidor (tanto capacidad de producir mensajes como la de interactuar con mensajes ajenos) y si conecta con el nuevo entorno comunicativo.

1.2 ¿Has recibido alguna vez una formación específica en el campo de la educación mediática? ¿Cuándo? ¿En qué consistió?

Habría que obtener información sobre si hace muchos o pocos años (si se recicla), si esa formación estaba total o prioritariamente focalizada en lo tecnológico, etc.

1.3 ¿Cuál es para ti la función del comunicador mediático?

1.4 ¿Qué opinas de la frase de Margarita Rivière: “Antes estaba convencida de que yo era escritora y periodista. Hace dos años me di cuenta de que era educadora” ?

1.5 ¿Crees que la educación mediática es importante para la formación de tus estudiantes? ¿Por qué? ¿En el ámbito personal, como ciudadanos, como profesionales?

1.6 ¿Crees que la educación mediática está suficientemente atendida en tu universidad? ¿Por qué?

En primera instancia se pide estrictamente una cuestión de percepción, pero después habría que pedir justificación. Si la asignatura en cuestión es optativa, por ejemplo, habría que plantear si esa formación la han de recibir solo los interesados o todos los ciudadanos y ciudadanas.

2. Importancia de la educación mediática

2.1 Vamos a ponernos ahora al otro lado ¿Qué importancia conceden tus alumnos a la educación mediática? ¿Cómo lo has detectado? ¿Por qué?

2.2 Como nativos digitales que son, ¿consideran tus alumnos que son competentes mediáticos cuando llegan a la universidad? ¿Por qué?

Se puede hacer referencia aquí a la diferencia entre la competencia en el manejo de la tecnología y la competencia en la capacidad de producción

de mensajes efectivos y de interacción madura con mensajes ajenos. Se pueden sacar a colación los resultados de la investigación sobre el grado de competencia mediática de la ciudadanía, en la que los jóvenes solo aprobaban en la dimensión de la tecnología.

¿Y una vez realizada tu asignatura?

3. Contenidos de la educación mediática

Para la investigación en Educación y Competencia mediática se parte de seis dimensiones de la competencia mediática.

En este momento se ofrecerá al entrevistado un folio en el que constarán las dos dimensiones (lenguajes, tecnología, procesos de producción y difusión, procesos de recepción e interacción, ideología y valores, estética) con una breve explicación. No se ofrecerá antes para evitar que la lectura condicione las respuestas anteriores.

3.1 ¿Qué dos dimensiones considera más importantes entre las seis que en nuestra concepción componen la competencia mediática?

3.2 ¿Por qué has escogido las dos primeras? ¿Cómo las trabajas?

3.3 ¿Por qué las que ocupan los últimos lugares? ¿A cuáles dedicas menos tiempo en su práctica diaria? ¿Por qué?

3.4 ¿Trabajas en alguna parte de la asignatura el plano de la expresión/creación?

Esta pregunta va en la línea del concepto de prosumidor, especialmente importante en los estudios de educación, porque se supone que los de comunicación ya dominan la producción, aunque habría que constatar si se ejercitan en la producción de contenidos específicamente educativos o culturales.

3.5 ¿Cómo lo trabajas? ¿De manera individual o grupal?

3.6 ¿Prestas alguna atención al tema de las emociones y del inconsciente en las experiencias mediáticas? Si es el caso, ¿desde qué punto de vista las trabajas?

Habría que poner de manifiesto, si hiciera falta, conceptos clave en la comprensión de la mente humana que interacciona con las pantallas, como el de que solo se puede comprender la conciencia si se comprenden los mecanismos inconscientes que subyacen a ella, el de que la emoción

*es el motor de la razón y de la acción o el de las dimensiones
movilizadora y cognitiva del cerebro emocional.*

3.7 Una vez conoces nuestra concepción de la competencia mediática, ¿continuas pensando lo mismo sobre la competencia de tus alumnos cuando acceden a la universidad?

Para compararlo con lo que han dicho antes.

3.8 Qué importancia tiene que un profesional en formación de Comunicación Social sea competente mediáticamente?

4. Metodología

4.1 ¿Qué tipo de métodos de enseñanza-aprendizaje utilizas para impartir la asignatura?

4.2 ¿Puedes explicarnos las dos actividades más importantes dentro de tu asignatura?

4.3 ¿Qué tipología de actividades recomiendas para el aprendizaje autónomo del alumno?

4.4 ¿Qué es lo más innovador que haces en tu asignatura?

5. Recursos utilizados

5.1 De los recursos que has anotado en el cuestionario previo, ¿cuáles te resultan más útiles? ¿Por qué?

6. Evaluación

6.1 ¿Cómo evalúas a los estudiantes en la asignatura? ¿Qué priorizas en la evaluación?

6.2 ¿Haces una evaluación individual y/o grupal?

7. Final

7.1 ¿Hay algún otro tema que no hayamos tratado y te gustaría comentar?

Gracias por tu colaboración en la investigación. Si te interesa, te facilitaremos los resultados de la investigación.