



📖 Niños, padres y maestros e internet.



Ideología, valores y medios. Un reto de niños, padres y maestros

MSc. Tania X. Barrezueta Cabrera
tbarrezueta@ups.edu.ec
Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador

Dra. Águeda Delgado Ponce
agueda.delgado@dfesp.uhu.es
Universidad de Huelva. Huelva, España

RESUMEN

Los cambios generados en el ecosistema mediático han desembocado en la aparición de valores e ideologías asociados a nuevos contextos. En este sentido, el presente artículo aborda a través de un estudio de caso el análisis de las dimensiones ideológica y axiológica en el marco de la competencia mediática que nos llevará a comprobar cómo los aspectos relacionados con las ideología y valores, no aparecen estrechamente ligados al manejo tecnológico que hacen los niños de los medios sino que son aspectos que requieren de una formación específica que se puede llevar a cabo dentro de una comunidad de aprendizaje.

Palabras Clave: COMPETENCIA MEDIÁTICA, IDEOLOGÍA Y VALORES, AXIOLOGÍA, PADRES, PROFESOR, NIÑOS, COMUNIDAD DE APRENDIZAJE.

ABSTRACT

Ideology, values and media. A challenge for children, parents and teachers

The changes generated in the media ecosystem have caused an emergence of values and ideologies associated to new contexts. In this regard, this article addresses through a case study the analysis of ideological and axiological dimensions in the context of media literacy. It leads us to determine how aspects related to ideology and values are not are closely linked to the technological management that kids make of media, but they are aspects that require specific training and can be carried out within a learning community.

Keywords: MEDIA LITERACY, IDEOLOGY AND VALUES, AXIOLOGY, PARENTS, TEACHER, CHILDREN, LEARNING COMMUNITY..

Introducción

La democratización tecnológica ha generado un gran cambio en la manera de entender el mundo, de informarnos y comunicarnos. Actualmente, el acceso a la información se ha vuelto relativamente fácil, cualquier persona que posea un teléfono móvil con conexión a Internet puede navegar por una ingente cantidad informativa. Igualmente, la comunicación fluye en todas direcciones, en diferentes espacios y tiempos. No obstante, estos avances no capacitan a las personas para su adecuado uso (Aguaded, et al. 2011; Ferrés, et al., 2011), es más, la explosión tecnológica ha dificultado enormemente la identificación de capacidades que hacen de una persona un ciudadano de pleno derecho, capaz de una incorporación efectiva en la sociedad. Y esto es así, principalmente, porque la técnica cambia a velocidad de vértigo y lo que hoy puede resultar válido mañana puede que no lo sea tanto.

En este sentido, la escuela, la familia, el profesor y, en definitiva, todo aquello que rodea a los niños debe atender a su desarrollo integral puesto que, ahora más que nunca, la formación no se circunscribe únicamente al espacio-clase sino que trasciende estos límites para integrarse en todos los contextos. De ahí, que para considerar las transformaciones dadas

en la Sociedad de la Información, resulte conveniente el desarrollo de comunidades de aprendizaje (Elboj, Puigdemívol, Soler y Valls, 2005) basadas en el diálogo (Valls y Munté, 2010) y la colaboración de la comunidad. Entonces el presente trabajo aborda el estudio de las ideologías y valores en relación con los medios de comunicación y las tecnologías desde el punto de vista de los distintos miembros implicados en la educación de los jóvenes, para poder establecer relaciones entre las carencias o necesidades que presentan las muestras objeto de estudio.

Ideología y valores

Ideología y valores son, sin lugar a dudas, dos de los conceptos más debatidos y controvertidos en la historia de las ciencias sociales y las humanidades, lo que ha generado cantidad de definiciones que coinciden en su imprecisión. Siguiendo a Van Dijk (2008), podemos entender que *«las ideologías son los marcos básicos de cognición social, son compartidas (o discutidas) por miembros de grupos sociales (...) y tienen la función cognitiva de organizar las representaciones (actitudes, conocimientos) sociales del grupo»* actuando en las diferentes actividades humanas. En este sentido, las ideologías proporcionan la base de juicios, asentándose en los va-

lores socioculturales que trascienden a los acotados por grupos específicos, aunque los grupos sociales pueden hacer una selección interesada de estos o dotarlos de jerarquía. Por lo tanto, si la ideología y los valores son conceptos que se anclan en lo sociocultural es evidente que repercutirán o variarán según los distintos contextos a los que se aplique y, de este modo, impregnarán el ecosistema mediático que nos ocupa actualmente, con lo que el análisis crítico y la comprensión de textos mediáticos pasa por dilucidar la ideología y los valores presentes en los mensajes que transmiten los medios de comunicación e información.

Ideología, valores y competencia mediática

La competencia mediática se ha vuelto en los últimos tiempos una necesidad cada vez más inaplazable de la que se hacen eco los distintos organismos e instituciones internacionales (UNESCO, Comisión Europea) situándola entre sus prioridades en materia educativa. El hecho que las tecnologías y los medios hayan llegado para quedarse en nuestras vidas ha revelado una serie de conocimientos, habilidades y actitudes que se han vuelto imprescindibles para poder gestionar adecuadamente todas las herramientas comunicativas disponibles, evitando con ello la manipulación y los riesgos que un mal uso conlleva. De ahí, que se hayan generado gran cantidad de investigaciones (Aguaded, et al. 2011; Celot y Pérez Tornero, 2009; Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce, 2012) con la finalidad de determinar los aspectos involucrados en la alfabetización mediática. Si seguimos, entre otros, a Ferrés & Piscitelli (2012) se pueden establecer seis dimensiones de la competencia mediática: tecnología, lenguajes, procesos de producción y difusión, procesos de interacción, ideología y valores y estética; entendidas estas de manera holística. De este modo, para considerar a una persona competente mediáticamente hablando, debería dominar

un conjunto interrelacionado y complejo de conocimientos, habilidades y actitudes divididos estratégicamente en seis dimensiones.

Centrándonos en la ideología y axiología, Ferrés & Piscitelli (2012) ofrecen una serie de indicadores que pueden ser seguidos de una manera flexible adecuándolos a los contextos de análisis:

- Capacidad de descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.

- Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.

- Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.

- Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.

- Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.

- Capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.

- Capacidad de analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que ejercen los medios.

- Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias.

- Capacidad de gestionar las propias

emociones en la interacción con las pantallas, en función de la ideología y de los valores que se transmiten en ellas.

- Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.

- Capacidad de elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas.

- Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Es por tanto necesaria una atención explícita a estos aspectos si tenemos en cuenta que los niños y jóvenes aprenden distintos valores a través de los medios (Medrano, Aierbe & Martínez de Morentin, 2011; Castells, 2009) que en los últimos años están más cercanos al materialismo, hedonismo, individualismo y agresividad (Medrano, 2007). Y sobre todo, cuando «el niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve, ya que no posee aún capacidad de discriminación» (Sartori, 1998). De ahí que nos hayamos inclinado por analizar indicadores relacionados con la ideología y axiología como aspectos de suma importancia en la interacción de los niños con las pantallas, y teniendo en cuenta, al mismo tiempo, las capacidades desarrolladas por padres y profesor en esta línea.

Materiales y métodos

Para llevar a cabo la consecución del objetivo de investigación planteado se optó por una metodología de corte cualitativo, concretamente el estudio de caso, incorporando estrategias de obtención de información y análisis de datos. Se eligió este enfoque por tratarse de una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de una

determinada comunidad (Simons, 2011), utilizando una modalidad instrumental con el objetivo de indagar el tema y aclarar las dudas que sobre el mismo se presentan (Stake, 2005).

La muestra tomada corresponde a un centro, en donde se trabajó con una aula de niños de 8 a 9 años, de la cual se estudió al 100% de los alumnos, al 100% de los padres que indistintamente si son hombres o mujeres son los encargados del seguimiento escolar del niño en la familia y por último el docente encargado de este grupo determinado; la muestra fue no probabilística y por conveniencia (Vilches, 2011) ya que se trata de un grupo muy específico en el cual se buscaban características como acceso a dispositivos y acceso a internet en el hogar, además del inicio del aprendizaje de tecnologías dentro del currículo escolar en un centro con la capacidad logística adecuada para esa enseñanza.

La ubicación de la muestra fue la ciudad de Cuenca Ecuador, en el cuarto grado de educación básica de un centro educativo privado de nivel socioeconómico medio; ámbito urbano, el detalle de la muestra es el siguiente:

- 23 niños de edades entre 8 y 9 años; que hace referencia a la totalidad del universo de estudio

- 23 padres de familia con edades entre los 25 y 45 años, en donde un padre representa a un niño del universo de estudio, en este caso se tomó en cuenta el padre que se encarga del acompañamiento escolar del niño de forma habitual.

- 1 docente de edad 22 años que es la persona encargada de la educación formal de este nivel de estudios.

La recopilación de información se realizó a través de encuestas como método cuantitativo para indagar a los padres de familia y para los niños y el docente se utilizó la entrevista como método cualitativo porque se requería información más profunda. Los cuestionarios aplicados fueron herramientas previamente utilizadas en el proyecto I+D *La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital*.

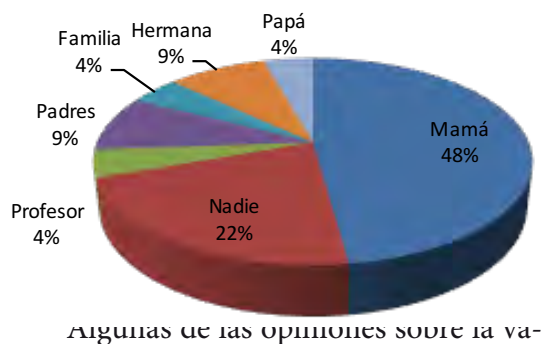
Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales, realizado en 2010, dado que se adecuaban a las necesidades de información que se requería recabar en los grupos estudiados. De este modo, se utilizaron instrumentos debidamente probados y validados en una investigación mayor, que fueron nuevamente revisados por expertos para determinar los posibles problemas de la adecuación a un contexto nuevo.

Resultados y Discusiones: Dimensión de la Ideología y los valores

La dimensión ideología y valores analiza la habilidad de niños, padres y docente para reconocer y distinguir emociones, intenciones, valores y contexto de los medios de comunicación y sus contenidos, así como las representaciones de la realidad que los medios ofrecen. Además, se analiza también la habilidad de contrastar y organizar la información proporcionada y la apreciación de la fiabilidad de los medios de comunicación y sus mensajes.

Siguiendo estos indicadores, a los niños se les preguntó sobre cómo sabían si la información que encontraban en Internet era buena y respondía a los requerimientos que tenían para realizar sus tareas. La respuesta mayoritaria (78%) fue que preguntaban a otras personas para saber si era adecuada. En el siguiente cuadro se aprecia cuáles son las personas a las que los niños acuden:

Gráfico 1. A quién preguntan sobre información adecuada para tareas.



lidez de la información de Internet que dieron los niños fueron:

- No muchas cosas creo que sean buenas, por eso algunas veces no busco en Internet sino que le pregunto a mi Papi que sabe muchas cosas.
- Porque mi mami ya sabe y también me ayuda me dice esto no es, está mal.
- No lo sé, yo solo veo y le pregunto a mi hermano si está bien la información.
- A veces mi mami me dice y pongo porque ella me dice.
- Porque no tiene nada malo ni dice cosas malas y les pregunto a mis papas.
- Primero tengo que ver que me han puesto y ahí veo si es válido o no.
- Mi mami dice que ponga porque si es bueno y ella sabe y yo pongo.
- Es buena porque te ayuda a ver las cosas.
- Porque pongo en cosas buenas.
- Porque el Byron nos enseñó una página buena que nosotros podemos entrar y ver cosas que son para niños.

Se preguntó si consideraban que lo que decía o mostraba Internet era real o irreal, dos personas dijeron que todo era real y los demás coincidieron en que había cosas reales o verdaderas y cosas irreales o falsas:

- A veces es real y a veces es irreal.
- Algunas cosas no son reales, pero jamás se sabe.
- Algunas cosas son reales y otras no.
- Es real.
- No es real todo.

Se les preguntó el porqué de su opinión y dijeron que hay cosas irreales como las hadas, las sirenas, los monstruos y los fantasmas, que hay cosas que se hacen

- No es real porque la hicieron.
- Jamás se sabe.
- A veces las imágenes las cambian.
- Solo dicen por decir y no porque han visto.

También se les preguntó qué cosas habían visto que no eran reales y expusieron cosas como monstruos, aliens, muñecos de terror, sirenas, animales que hablan, entre otros:

- Yo busqué la imagen de un lego entonces me salió una imagen de una cara extraña, no es real porque la hicieron.

- Como donde están felices y te salen unas caras horrendas que son editadas y te hacen pensar que son reales.

- Ver perros con las patas cruzadas con su cola, a veces las imágenes las cambian.

- Por ejemplo los dibujos animados y algunas series que actúan las personas.

- Cosas como animales que hablan, esas cosas no pueden ser reales.

- Por ejemplo las películas de miedo como Chuky, Hanibal esas cosas.

- Como monstruos alienígenos que saben salir en Internet.

- Por ejemplo a veces dicen que han visto una sirena pero solo dicen por decir y no porque han visto.

- Como que una persona puede volar.

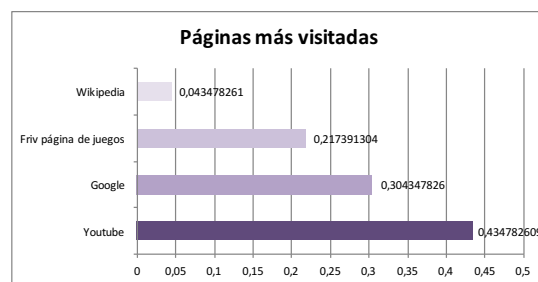
- En el Internet a veces saben poner una marioneta que pueda caminar por sí sola, no puede ser tanto de verdad.

- Por ejemplo que existen los aliens.

- Son los videos de mala información.

Sobre las páginas que más visitaban se obtuvo lo siguiente:

Gráfico 2. Páginas más visitadas por los niños.



Fuente: Elaboración propia

Sobre la televisión, se obtuvieron que los programas más vistos por niños y niñas son:

- 13,04% Violeta, una serie dramática musical.

- 13,04% prefiere Gravity Falls, dibujo animado de suspenso infantil.

- 8,70% Phineas y Ferb dibujo animado.

- Y 65,22% presenta opciones variadas, que en su mayoría hacen referencia a programas de Disney Channel y Cartoon Network.

Cuando se les preguntó si creían que lo que dice la televisión era real o irreal un 47,83% dijo que no sabía y el 52,17% mencionó varias cosas que consideraban reales como películas, noticias y erróneamente se considera real el programa de las gemelas y Bob Esponja.

Se les preguntó por qué consideraban que eran reales y respondieron lo siguiente:

- Las noticias porque dicen cosas que sí pasan o entrevistan gente de verdad.

- La vida de cada persona porque sí pasa.

- El programa de las gemelas (Liv y Maddie, serie de Disney Channel) porque además dicen que ellas vivían en Estados Unidos o Nueva York, actúan como personas y también dicen que han tomado muchas fotos.

- Las noticias porque son cosas reales.

- Porque hay películas basadas en vida real pero con otros actores.

Luego se les preguntó qué cosas no eran reales a lo que un 43,48% respondió que no sabía, mientras el 56,52% de los entrevistados relataron:

- Las hadas y las sirenas no son reales.

- Películas de terror, dibujos animados.

- Lo vi en una televisión que hacían una máquina gigante y eso no se puede hacer porque para eso necesitan más de un día.

- De las cosas que suceden como chiste, eso no es real. Como los perros que hablan.

- Por ejemplo si es que dice este programa fue creado así pero no fue creado así.

- Como los personajes como los Simpson no puede haber un hombre que sea amarillo o que un hombre beba y no se haga borracho.

- En la tele Slender no es real.

- Como en mi programa favorito de un súper sayayín no es verdad y que también alguien pueda volar o sea un humano que vuele.

- A veces dan un programa que le gusta a mi niño, que se llama Ben 10 y que se convierten en extraterrestres pero no es real.

- Las cosas como gusanos en las películas de terror.

Como menciona Sánchez-Labela Martín (2013), en cuanto a la realidad de las imágenes «para los niños con edades entre los 0 y 5 años, las imágenes representan cosas reales. Para los niños entre 5 y 10 años, los actores son reales pero la acción es aparente. A partir de los 10 años la evalúan de forma realista» (Clemente y Vidal, 1996: 69).

Los menores aún no conocen suficientes parámetros de comparación como para evaluar realidad frente a lo irreal, la aseveración de Sánchez-Labela Martín (2003) es fácilmente aplicable a los contenidos de Internet al igual que a los de la televisión.

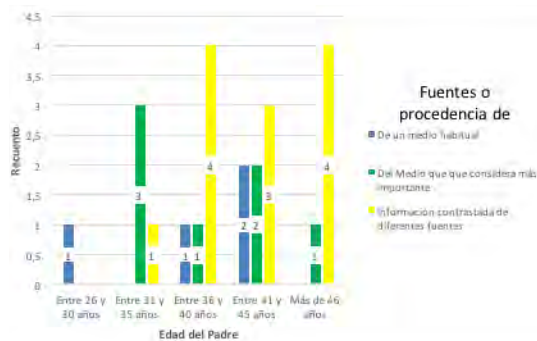
En esta misma dimensión se les preguntó a los padres de familia si habían percibido mejoras en el rendimiento académico de su hija o hijo con el uso de las TIC, a lo cual el 73,91% de los padres consideraron que las TIC habían producido motivación en los niños, mientras el 21,74% dijo que había visto un mejor rendimiento académico, el 4,35% no opinó.

En cuanto a las fuentes que los encuestados utilizan para obtener información importante se constató que un 52,2% busca información de distintas fuentes para construir su propia opinión, un 30,4% la obtiene de su medio habitual y un 17,4% acude al medio informativo que considera más fiable.

Con el objetivo de analizar la posibilidad de un patrón de comportamiento frente a las fuentes por edad se pudo visibilizar que mientras más jóvenes eran los usuarios más dependían de versiones del medio que consumían habitualmente, mientras que a partir de los 36 años en

adelante los usuarios preferían contrastar la información.

Gráfico 3. Cruce Edad y Fuentes de Procedencia de la Información Importante.



Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la dimensión de la ideología y los valores, al preguntar al profesor sobre los recursos educativos del aula, este mencionó:

Solo se usan recursos de libre acceso entonces ahí nos toca ver lo más conveniente para poder presentar, toda la información que se presente ahí es buena entonces tenemos que saber clasificar.

Lo que da muestra del desarrollo por parte del docente de una capacidad en ejercicio de evaluación de fuentes, además de la habilidad de buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar.

Su actitud ante la cantidad de información ofrecida por los medios es comparar, contrastar y seleccionar para enriquecer su criterio.

Yo creo que debo tener mi criterio pero también puedo comparar y contrastarlo con lo que dice un libro entonces puedo sacar un nuevo criterio, mi experiencia más la experiencia nueva me va a dar una experiencia mejor, algo así en Internet, cojo lo más importante contraste con lo mío y saco algo mejor.

En cuanto a los medios de comunicación muestra capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes, contrasta varias fuentes porque dice que la información que obtienen no siempre es verdadera.

Siempre hay esa desconfianza enton-

ces que yo encuentre por ejemplo 5 versiones, que las 4 versiones de las 5 me digan lo mismo entonces tengo algo confiable y saco mi criterio a partir de eso.

En cuanto a detección de estereotipos desarrolla una idea en la que demuestra su capacidad de reconocer estereotipos y observa que se encuentran en todos los medios, además desde la dimensión de los procesos de interacción asocia ideas y valores con personajes que buscan generar situaciones positivas.

Yo creo que este estereotipo de la mujer perfecta, el hombre perfecto ese es el estereotipo que más me ha llamado la atención y pasa en todo medio en todo momento, por ejemplo el varón siempre alto musculoso rubio bien vestidos siempre con dinero y exitoso, en cuanto a la mujer que sea de medidas 90, 60, 90. En la radio se usa más la voz por ejemplo en los anuncios de un jabón que tiene que ver un jabón con la sensualidad de una mujer.

Dimensión Axiológica e Ideológica

La dimensión axiológica e ideológica abarca el conocimiento sobre la legislación que protege a los usuarios y consumidores de los medios de comunicación, el entendimiento de que los mensajes emitidos deben responder a un proceder cívico, democrático y autónomo tanto para los mensajes emitidos por los medios como para los contenidos creados por el usuario, este entendimiento incluye la aptitud de detectar intenciones, intereses y derechos detrás de los contenidos presentados. Dentro de esta dimensión también se contempla el uso responsable de las tecnologías en beneficio del entorno social y natural.

Sobre las cosas que no se deben hacer en Internet niñas y niños expusieron en su mayoría que no deben acceder a contenidos que no son adecuados para ellos como violencia, escenas sangrientas, sexo, malas palabras y escenas de terror.

- Buscar cosas que no sean para nuestra edad como videos que no son para ni-

ños, vídeos que son de criminales.

- Ver videos malos ,subir fotos personales, ideas personales y muchas cosas.

- Buscar fotos o videos que no son apropiados como las películas de miedo como Chucky.

- Ver cosas que no son para niños si estás viendo videos mejor ve dibujos animados para que sean buenos.

- Buscar cosas no apropiadas para nuestra edad.

- Ver fotos privadas ver información que no convenga.

- No poner cosas malcriadas ni videos a veces te ponen en Internet busco una novia a veces los chicos te ponen eso en Internet solo te buscan para abusar.

- Jugar ahí porque pueden dañar la vista.

- Poner cosas malcriadas, poner palabras mal habladas ver videos sexuales tampoco etc.

- Buscar cosas de miedo o de terror o cosas malcriadas.

- Videos con cosas de muerte, sangre

Son pocas las recomendaciones dadas como no subir fotos personales, no ver fotos privadas de otros, o entender que mensajes como busco novia pueden ser un riesgo de abuso.

En cuanto a las advertencias que los padres dan a los hijos sobre los peligros de Internet se obtuvieron porcentajes muy similares destacando no dar información o no hablar con extraños (87%), en otros aspectos como alertar a los padres en caso de mensajes agresivos se observa un 65,2%, lo que da muestra de que al no ser un aspecto tan relevante para los padres tampoco habrá la suficiente confianza en los niños para conversar con ellos sobre situaciones de agresión.

Gráfico 4. Advertencias sobre los peligros de Internet



Fuente: Elaboración propia

En el espacio otros, para colocar advertencias adicionales que los padres consideraran de importancia, primordialmente se mencionó que los niños aún son muy pequeños, así que hacen uso de Internet solo acompañados de adultos, lo que da a pensar si además del acompañamiento paternal, hay advertencias realizadas a los niños en caso de acceso en la escuela u otro lugar donde no haya control individualizado. Otras advertencias fueron:

- Mis hijas son muy pequeñas, así que el acceso a Internet lo tienen cuando están conmigo, no tienen ninguna cuenta, ni mails por su edad, por eso no tienen contacto con nadie a través de Internet, solo lo usan para jugar y aprender.

- No realizar mal uso del Internet para temas que no competen a los educativo o de información.

- No se puede confiar ciegamente en extraños.

- No ver videos inapropiados para su edad.

- No informar sobre asuntos del hogar a nadie.

Los resultados coinciden con el análisis de Jiménez Iglesias, Garmendia Larrañaga & Casado del Río (2015) donde se expresa que *«los riesgos que más comúnmente se enumeran a la hora de hablar de Internet y menores son el acceso a contenidos inapropiados -violentos o pornográficos-, el contacto con desconocidos o un mal uso de los de los datos personales»* (como se citó en Hasebrink, Livingstone, Haddon y Olafsson, 2009).

Al preguntar acerca de su conocimiento sobre un organismo, ley o asocia-

ción que nos proteja ante los mensajes ofensivos se denota un total desconocimiento al respecto con un 71,4% de los encuestados que dijo no conocer ninguna ley u organismo, un 23,8% que mencionó la Ley Orgánica de Comunicación que hace breves alusiones al respecto y un 4,8% que erróneamente menciona la Ley del Consumidor que no contempla nada al respecto, sobre instituciones no se hace ninguna mención.

También se consultó si habían tenido que recurrir en alguna ocasión a dichos organismos, a lo cual el 95,65% de los encuestados dijeron que no y un 4,35% mencionó que sí y relató su experiencia:

- No hubo respuesta efectiva ni responsable directo de la Investigación, no existen medios.

El docente por su parte conoce algo sobre los organismos y leyes que protegen a usuarios y consumidores de medios de los mensajes ofensivos, pues habla de una instancia reguladora de la ley de comunicación como es la súper intendencia de información y comunicación, que es lo más cercano a una opción en el caso.

Yo creería que debería haber así como la superintendencia de la comunicación con una ley donde nos proteja de estas cosas por ejemplo algún insulto en cualquier medio sería una difamación entonces yo me voy allá y ellos deberían tener alguna ley que imponga que no se puede hacer eso a través de los medios de comunicación, igual para todas las páginas web o redes sociales.

Se le solicitó comentar si conocía de un caso y expuso:

Sí, conozco un caso en el que amenazaban y no solo por las redes sociales y mails, sino que jaquearon todas sus cuentas y se metieron en toda su vida, tuvo en realidad que desaparecer, irse a otro lado.

Hay un desconocimiento, por eso yo creo que hay que empezar desde ahora a ser críticos desde los niños con los padres, porque los padres son los que están más cerca al momento de hacer un trabajo en Internet.

Reiterando, así, la necesidad de información para niños, padres y profesores y la necesidad de leyes e instituciones claras contra estas situaciones.

El desconocimiento de los padres y el docente de legislación sobre el uso y abuso de Internet responde a una realidad del país, pues como expuso Pérez Luño (1998) *«El carácter internacional e ilimitado de esas conductas hacen más difícil su descubrimiento, prevención y castigo, ya que incluso en los casos en que puedan ser detectadas pueden plantearse conflictos sobre la jurisdicción sancionadora competente»*, ese inconveniente jurídico hace que el país aún no haya podido definir una legislación precisa, por esta razón la población no sabe describir y explicar leyes, autoridades e instancias que sean jueces de estos temas a ciencia cierta.

Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos podemos concluir respecto a la dimensión de ideología y valores que tanto los padres de familia como los profesores participantes poseen capacidad crítica ante la información procedente de los medios. En este sentido, los padres de familia en un 52,2% obtienen la información que les parece relevante del contraste de varias fuentes distintas, lo que da muestra de que han desarrollado un sentido de evaluación de las fuentes a través del contraste y la priorización de mensajes. Por su parte, el profesor, al tener que recurrir a materiales gratuitos, ha ido desarrollando una capacidad de evaluar las fuentes, buscar organizar, priorizar y sintetizar la información para brindar a los niños los contenidos más adecuados y adaptados a las temáticas de su planificación. En esta misma línea, el docente se muestra como una persona con capacidad de manejo de la información que le llega de los diferentes medios de comunicación, pues contrasta, analiza y construye un criterio propio de la situación presentada. Las capacidades mediáticas observadas en el docente y los padres son aspectos

de beneficio para los niños, pero siempre y cuando se transmitan esos métodos o conocimientos hacia ellos, lo que no está sucediendo al examinar sus conocimientos. Sin embargo, al analizar los resultados de los pequeños, ellos levemente mencionan páginas de Internet adecuadas para ellos y ninguno habla de la posibilidad de contraste y selección, aspecto que es básico para poder sacar el mayor provecho del gran flujo informativo, los conocimientos que los niños presentan se relacionan más con su esfuerzo por reconocer información peligrosa o inadecuada. Las niñas y niños entrevistados relacionan información buena con cosas adecuadas para ellos, no obstante, por edad y experiencia aún no entienden claramente el concepto de la información precisa de acuerdo a lo que buscan, lo que da muestra de que no pueden evaluar la fiabilidad de las fuentes todavía, ellos confían plenamente en los padres para reconocer lo bueno, lo adecuado en términos morales y académicos, ahí radica la importancia de que los padres tengan competencia mediática. En cuanto a indicaciones sobre páginas válidas para búsquedas educativas infantiles mencionan más al profesor que a los padres, por lo que se podría suponer que las búsquedas en el hogar la hacen mayoritariamente los padres, lo que no ayudaría a que el niño vaya conociendo, en la práctica, dónde puede buscar.

Como se expuso las niñas y niños logran diferenciar algunas cosas que no son reales como las caricaturas, pero todavía en relación a estos aspectos no tienen una capacidad desarrollada para descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad (Sánchez-Labela, 2013).

Con respecto a la televisión evalúan tipos de programas para determinar si es real o no, pero no diferencian medios por su fiabilidad; su habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones hacen relación a las cosas que sus padres les explican o que observan en su vida cotidiana, por lo que son nuevos

todavía en esta habilidad. En los programas de televisión aún no detectan las intenciones o intereses de las producciones que ven, por lo pronto solo lo juzgan como adecuado o no para niños.

En cuanto a la dimensión axiológica e ideológica, las advertencias que los padres entrevistados dan a sus hijos sobre los peligros de Internet dan muestra de que están capacitados para detectar intenciones e intereses en los mensajes que las personas transmiten, por esta razón las advertencias más comunes son no dar información personal, ni hablar con extraños. Sin embargo, es preocupante que el resultado de la encuesta no arroje el 100% de todos los aspectos porque junto a los dos puntos antes expuestos, no decir cosas que no nos gustaría que nos digan a nosotros, no subir fotos privadas o alertar a los padres en caso de mensajes agresivos son temas de mucha relevancia, junto al plagio, entre otros; lo cual demuestra que el conocimiento respecto a peligros es básico, pero aunque los padres mencionan todos los aspectos antes señalados como advertencias que traspasan a los pequeños, esto no se refleja en sus respuestas.

Niñas y niños denotan que la aptitud tanto para producir como para interpretar de modo autónomo los mensajes de los medios, detectando las intenciones que subyacen a sus contenidos, se encuentra en los primeros pasos, apenas en el contenido no adecuado, siendo que ese no es el riesgo más peligroso que corren.

Por su parte el profesor tiene capacidad de detectar estereotipos en la comunicación y en su entrevista da ejemplos claros de esa aptitud, pero en sus declaraciones no se aprecia nada con respecto al trabajo en el aula sobre este aspecto, tema que en esta edad es vital pues niños y niñas se encuentran escogiendo sus modelos a seguir más allá de sus padres.

Al respecto de organismos, leyes o asociaciones que nos protejan ante los mensajes ofensivos el nivel de conocimiento es muy bajo a penas el 23,8%, el resto del porcentaje desconoce o no iden-

tifica la ley correcta, en realidad el nivel de desorientación y desconocimiento no sorprende dado que aunque la ley orgánica de comunicación nos protege sobre aspectos relacionados a los medios de comunicación tradicionales, poco o nada se menciona sobre redes sociales, Internet, correos electrónicos, etc.

De igual manera en este aspecto tanto padres como docente y niños requieren información, la ciudadanía en general en Ecuador sufre este desconocimiento cuya importancia es fundamental para saber cómo protegerse ante eventuales situaciones y de igual manera para enseñar responsabilidad ante estos actos que pueden causar repercusiones legales.

La limitación que se deriva del presente estudio deriva del hecho de que se trate de un estudio de caso lo que impide, por su naturaleza, que haya una generalización de la información obtenida.

A partir de la información obtenida con esta investigación, se recomienda realizar capacitaciones a padres de familia y docentes para convertirlos en guías capacitados para educar en estos aspectos vitales a los menores, además de realizar un trabajo conjunto con el docente de manera que los dos enfrenten el desconocimiento de los pequeños de la forma adecuada en aspectos educativos y con un mismo discurso. ❧

Agradecimientos

A los padres de familia, niños y docente que posibilitaron esta investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J.I., Ferrés, J., Cruz, R., Pérez-Rodríguez, M. A., Sánchez, J., y Delgado-Ponce, Á. (2011). *El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza*. Huelva: Comunicar.
- Bielaczyc, K. y Collins, A. (1999). *Learning Communities in Classrooms: A Reconceptualization of Educational Practice*. Instructional-design theo-

- ries and models: A new paradigm of instructional theory. En: Reigeluth (Ed.): *Instructional design theories and models*, Vol. II. pp. 1-21. Mahwah Lawrence Erlbaum. <http://goo.gl/NuGr3F>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Celot, P. y Pérez-Tornero, J. M. (Coord.) (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels - A comprehensive view of the concept of media literacy and an Understanding of how media literacy level in Europe Should Be Assessed. Brussels: European Commission. (<http://goo.gl/rnXfa8>).
- Jiménez Iglesias, E., Garmendia Larrañaga, M., y Casado-Del-Río, M.Á. (2015): «Percepción de los y las menores de la mediación parental respecto a los riesgos en internet». *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 49-68. <http://goo.gl/MyavBk>. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1034
- Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. Registro Oficial no. 22, 23/06/2013. <http://goo.gl/k2ZuQg>.
- Elboj, C., Puigdemívol, I., Soler, M. y Valls, R. (2005). *Comunidades de aprendizaje: Transformar la educación*. Barcelona: Graó.
- Ferrés J. y Piscitelli, A. (2012). «La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores». *Revista Comunicar*, 19(38), 75-82. doi:10.3916/c38-2012-02-08
- Ferrés, J., García-Matilla, A., Aguaded, J.I., Fernández-Cavia, J., Figueras, M. y Blanes, M. (Coord.) (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Madrid: ITE.
- García-Ruiz, R., Gozalvez, V. & Aguaded, J.I. (2014). «La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación». *Cuadernos.info*, 35, 15-27. DOI: 10.7764/cdi.35.623
- Jiménez Iglesias, E., Garmendia Larrañaga, M., y Casado del Río, M. (2015). «Percepción de los y las menores de la mediación parental respecto a los riesgos en Internet». *Revista Latina De Comunicación Social*, (70), 49 - 68.
- Medrano, C. (2007). «¿Qué valores perciben los adolescentes en sus programas preferidos de TV?» *Comunicar*, 31, 387-392. DOI: 10.3916/c31-2008-03-023
- Medrano, C., Aierbe, A. y Martínez de Morentin, J.I. (2011). «Valores percibidos en el medio televisivo por adolescentes en contextos transculturales». *Comunicar*, 37, 117-124. DOI: 10.3916/C37-2011-03-03
- Pérez Luño, A. (1998). «Impactos sociales y jurídicos de Internet. Argumentos de Razón Técnica». *Revista Española de Ciencia, Tecnología y Sociedad, y Filosofía de la Tecnología*, (1), 2.
- Pérez-Rodríguez, M. A. y Delgado-Ponce, A. (2012). «De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores». *Comunicar*, 39, 25-34.
- Sánchez-Labela Martín, I. (2013). El compromiso de las familias en la alfabetización audiovisual de sus hijos e hijas frente al medio televisivo. En *V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - V CILCS* (p. 2). San Cristóbal de La Laguna: Latinacs.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Stake, R. E. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Supercom.gob.ec.(2015). *Derechos de las niñas, niños y adolescentes*. Superintendencia de la Información y Comunicación. <http://goo.gl/PZKQBw>.
- Valls, R., y Munté, A. (2010). «Las claves del aprendizaje dialógico en las Comunidades de Aprendizaje». *Revista Interuniversitaria de Formación de Profesorado*, 24(1), 12- 13. <http://goo.gl/fb9Swx>.
- Van Dijk, T. (2008). Semántica del discurso e ideología. *Discurso y sociedad*, 2 (1) 201-261.

Recibido para revisión: 14 marzo 2016

Aceptado para publicación: 27 mayo 2016



♥ Figs. 1-2. Niños conectados a Internet. Fuente: http://cdn.ntrzacatecas.com/archivos/2015/10/pw_ninosinternet_1.jpg y <https://bihiexo.files.wordpress.com/2013/11/dsc03808.jpg>