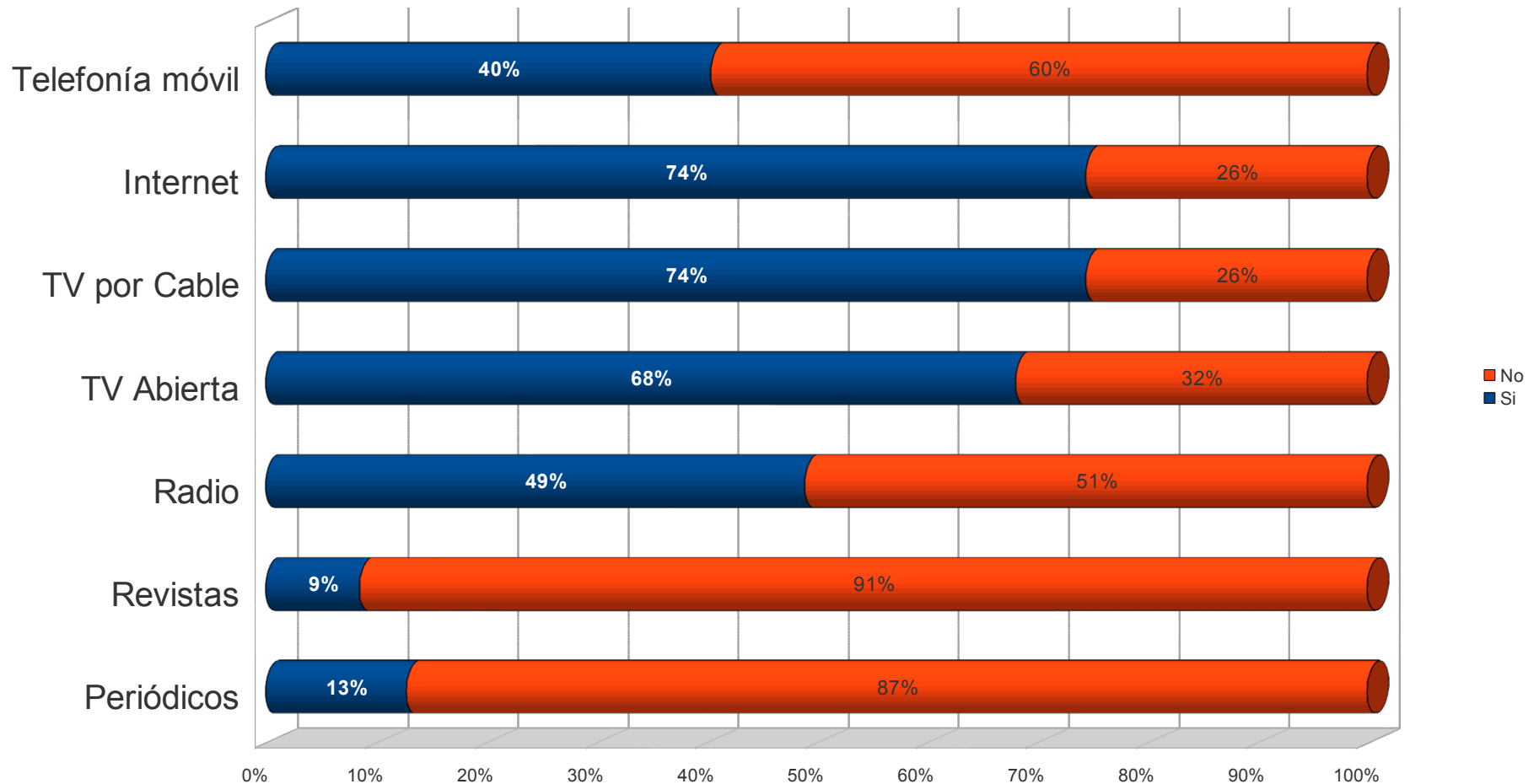


# **Educadores y estudiantes: consumos reales y conocimiento sobre los usos mediáticos**

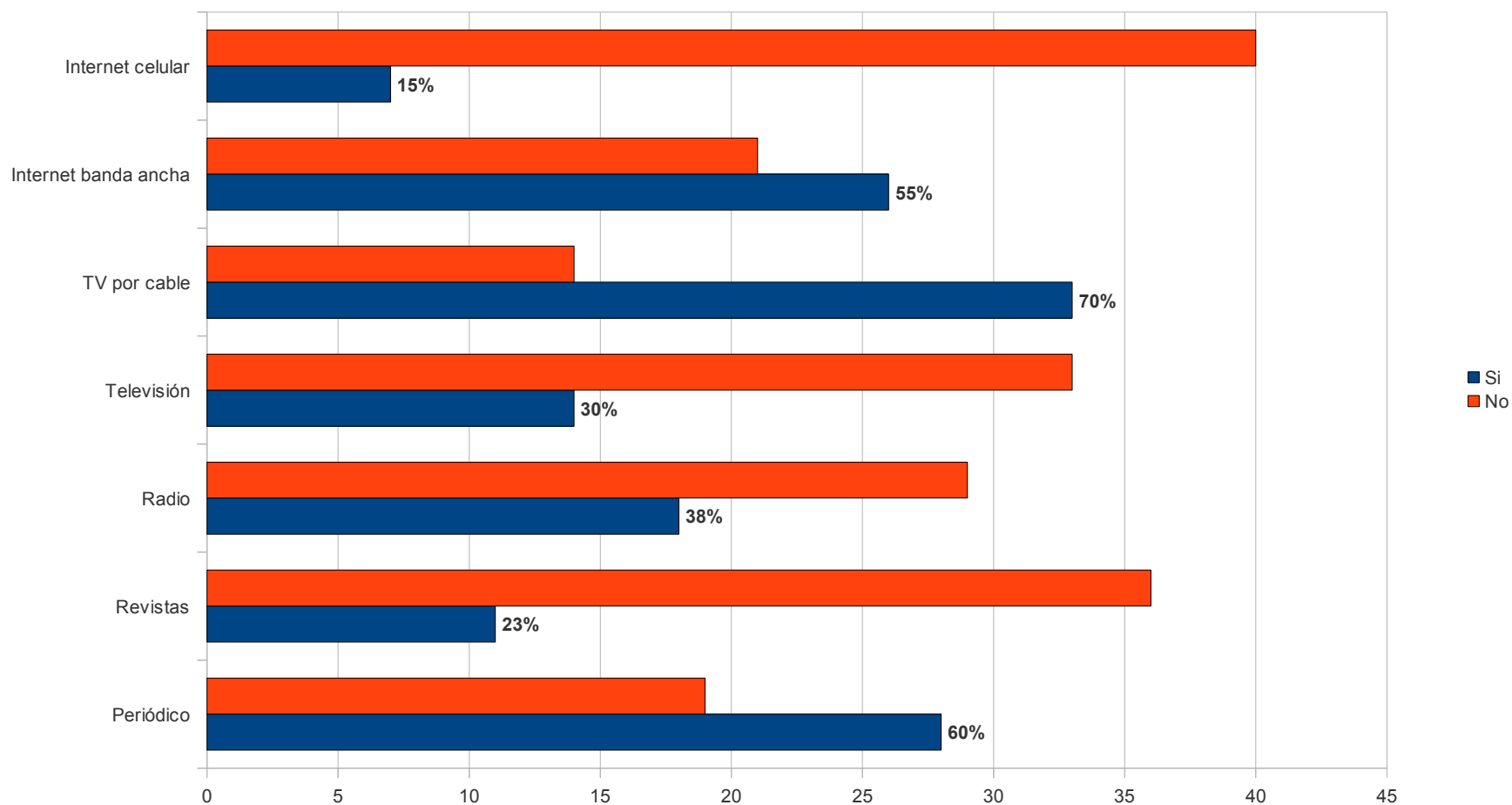
# Notas metodológicas

- Información documental de fuentes diversas: Ibope, encuestas (juventud, ICE), etc.
- Encuesta a 47 educadores de diversos centros educativos. Dividido en tres partes:
  - la identificación de los medios más utilizados por los y las docentes y los motivos de su uso;
  - la percepción que tienen los y las docentes respecto de los medios más utilizados por los estudiantes y el motivo de su uso;
  - la importancia que dan los y las docentes al rol de la escuela en la alfabetización mediática de los y las estudiantes.

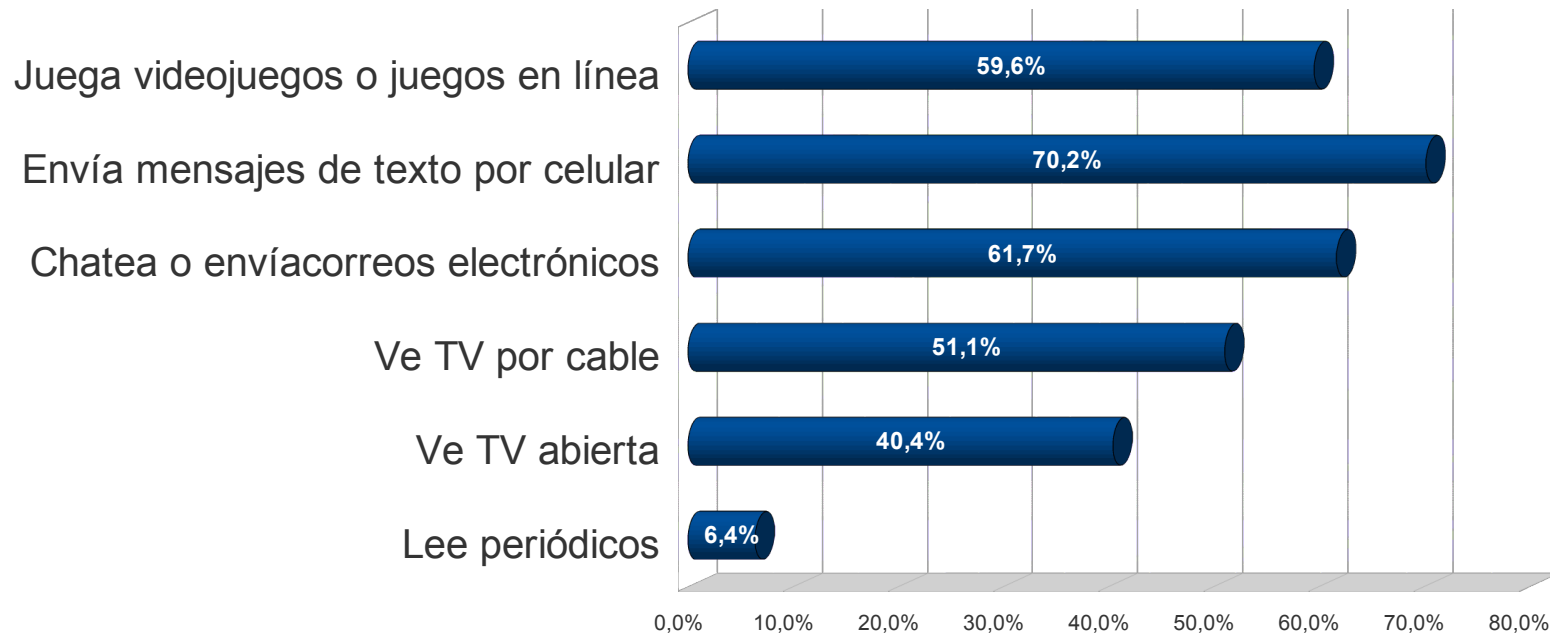
# Percepción de docentes respecto al acceso a medios de los estudiantes



# Medios más utilizados por docentes



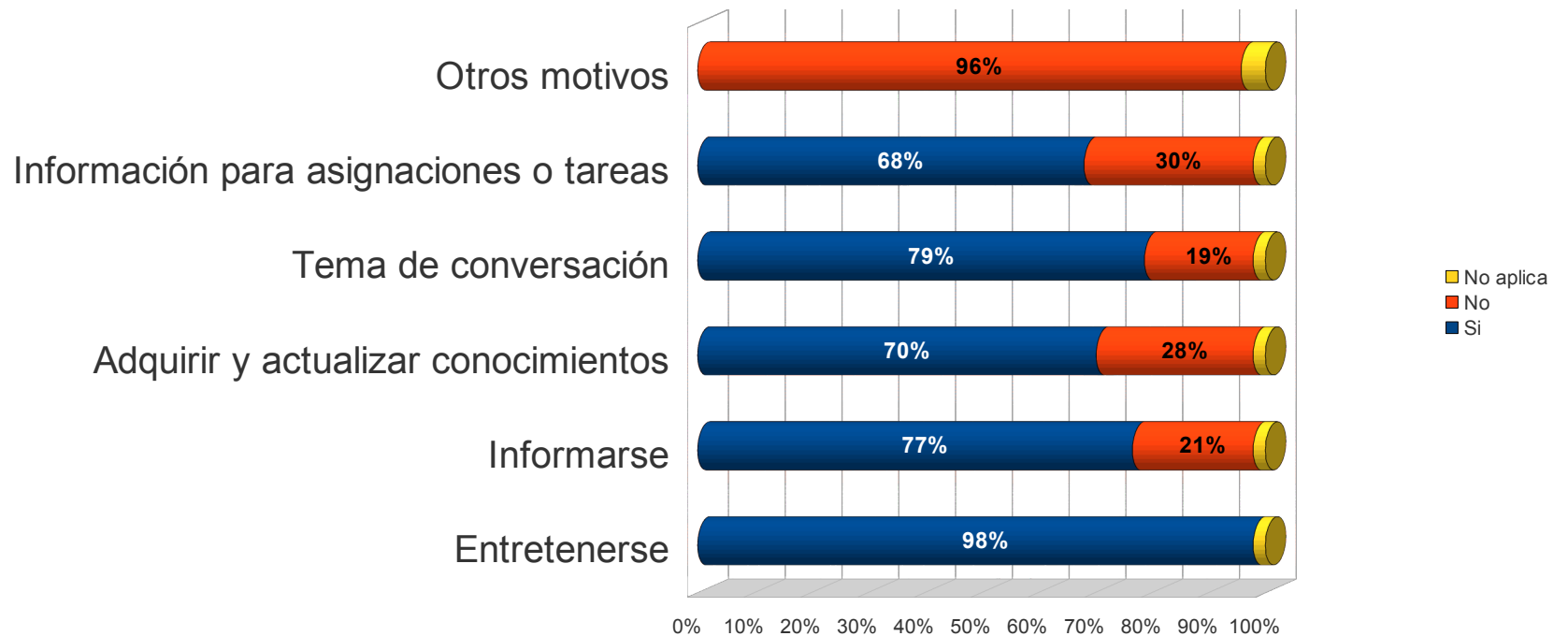
# En opinión de docentes: actividades más frecuentes de parte de estudiantes en el uso de medios



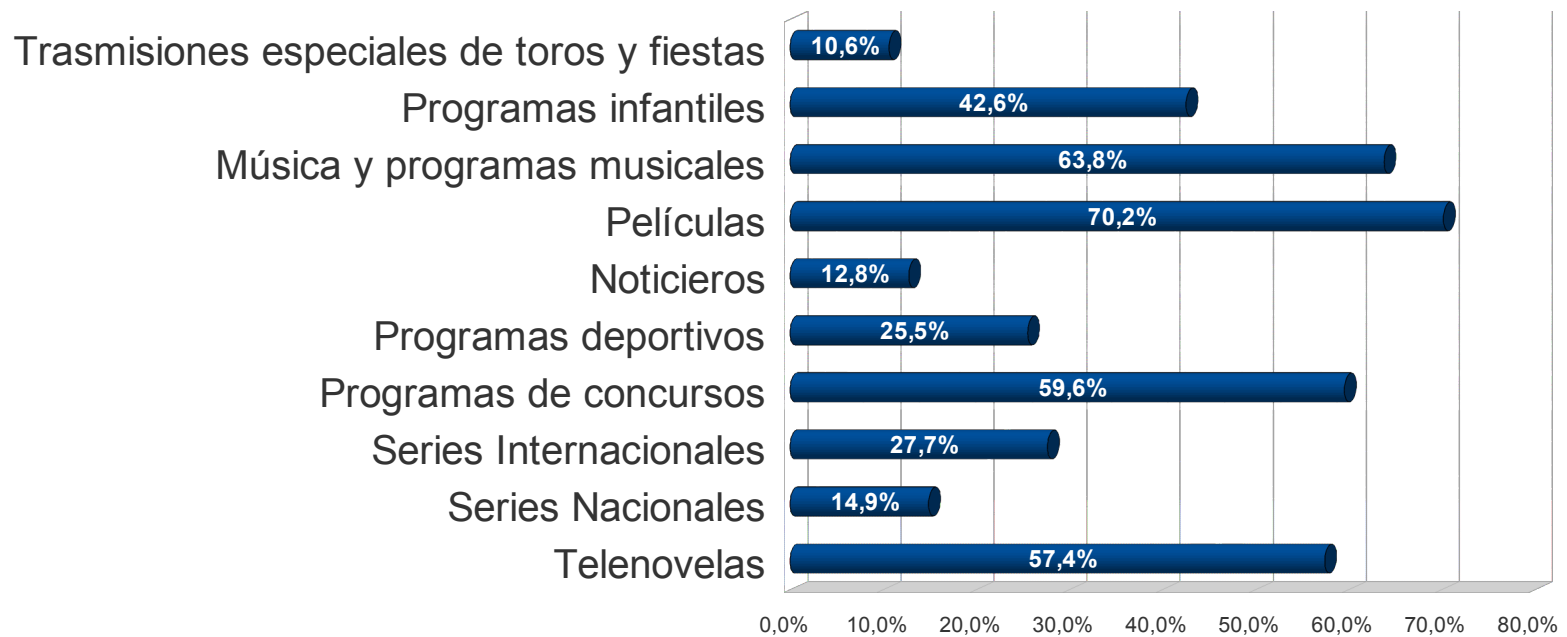
# Usos de medios entre jóvenes

- Encuesta Nacional de Juventud (2008):
- Casi el 50% de los jóvenes (15 a 17 años) escuchan más de 11 horas semanales de TV (actividad preferida)
- TV ocupa el segundo puesto. 24% de los jóvenes utilizan más de 20 horas semanales a ver TV.
- Escuchar música es la actividad preferida (¿radio?, ¿equipos personales?, ¿Internet?). 33,5% más de 20 horas semanales y casi el 50% oyen más de 11 horas
- 58% no juega videojuegos. Sólo entre el 20% es una práctica frecuente.

# En opinión de las y los docentes: ¿Qué usos hacen los y las estudiantes de la televisión?



# En opinión de docentes: ¿que ven estudiantes con más frecuencia en la TV?





# Programación preferida

El tipo de programación preferida corresponde a la categoría de **Entretenimiento** (IBOPE-TIME), seguido de **Telenovelas, Comedia, Drama y Cine.**

# Categoría de “Entretenimiento”

Toros

El chinamo

Teleton

Sin complejos (madrugada)

NX clusiva

Modelos

Especial tango india

Pasarela ropa intima

Especial ujena

Especial erotica

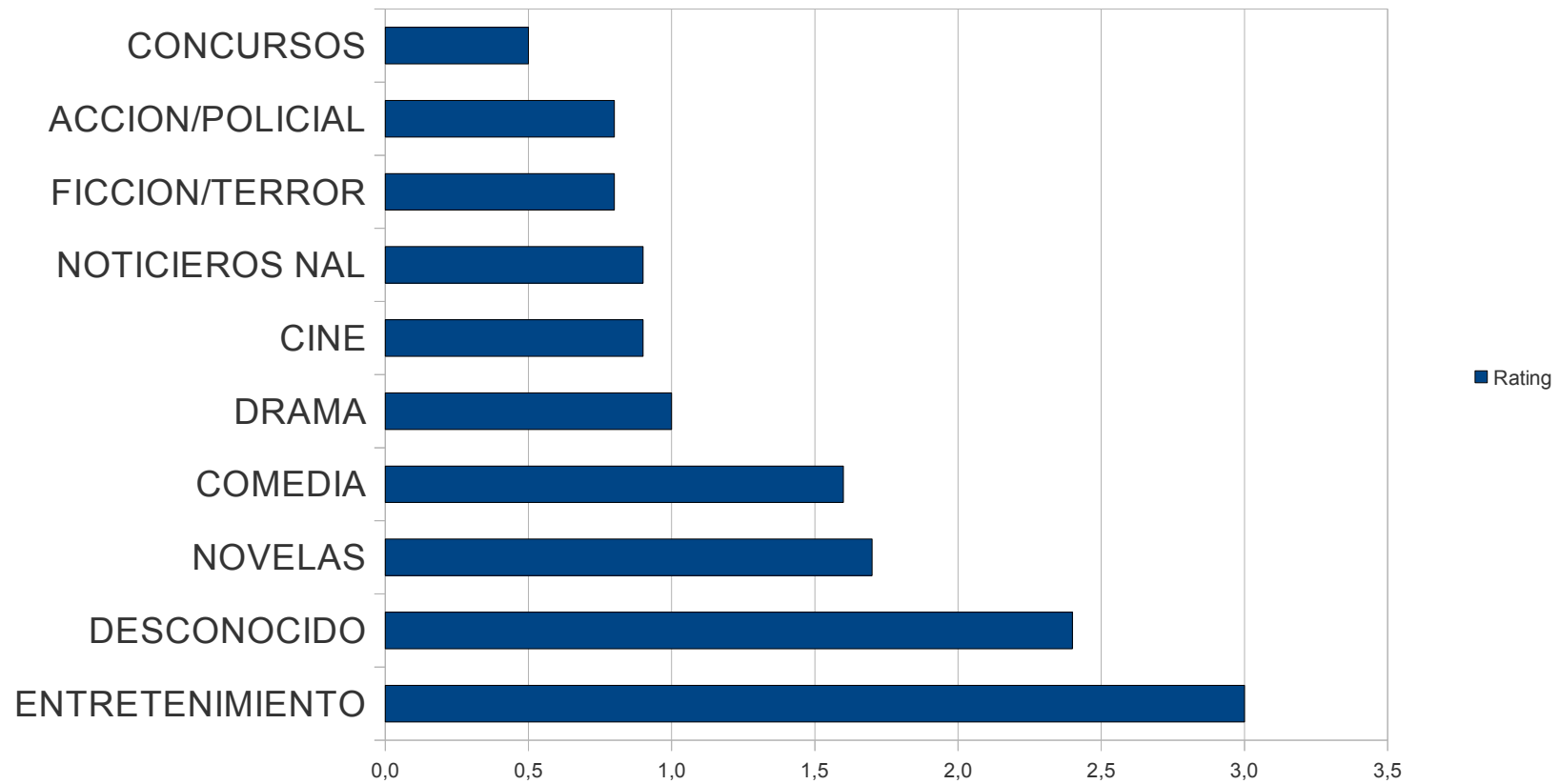
Fiesta tv

Especial entretenimiento

Festival internacional guitarras

Sólo para ellas

*Género televisivo preferido por hombres y mujeres de 12 A 17 años según datos de Rating. Del 1 de enero al 31 de diciembre, 2009.*



*Programas preferidos por los jóvenes de 12 a 17 años según datos de Rating. 1 de enero a 31 de diciembre. 2009.*

<b>Programa preferido</b>	<b>Rating</b>
TOROS	14,9
TOROS (PRIME)	12,9
EL CHINAMO	11,2
SIN SENOS NO HAY PARAISO MARAT	7,2
TOROS	7,0
TOROS (PRIME)	6,6
TELETON	4,5
DEMETRIO EL GLADIADOR	3,8
*PROG.SIN CONFIRMAR	3,6
A MOM FOR CHRISTMAS	3,2

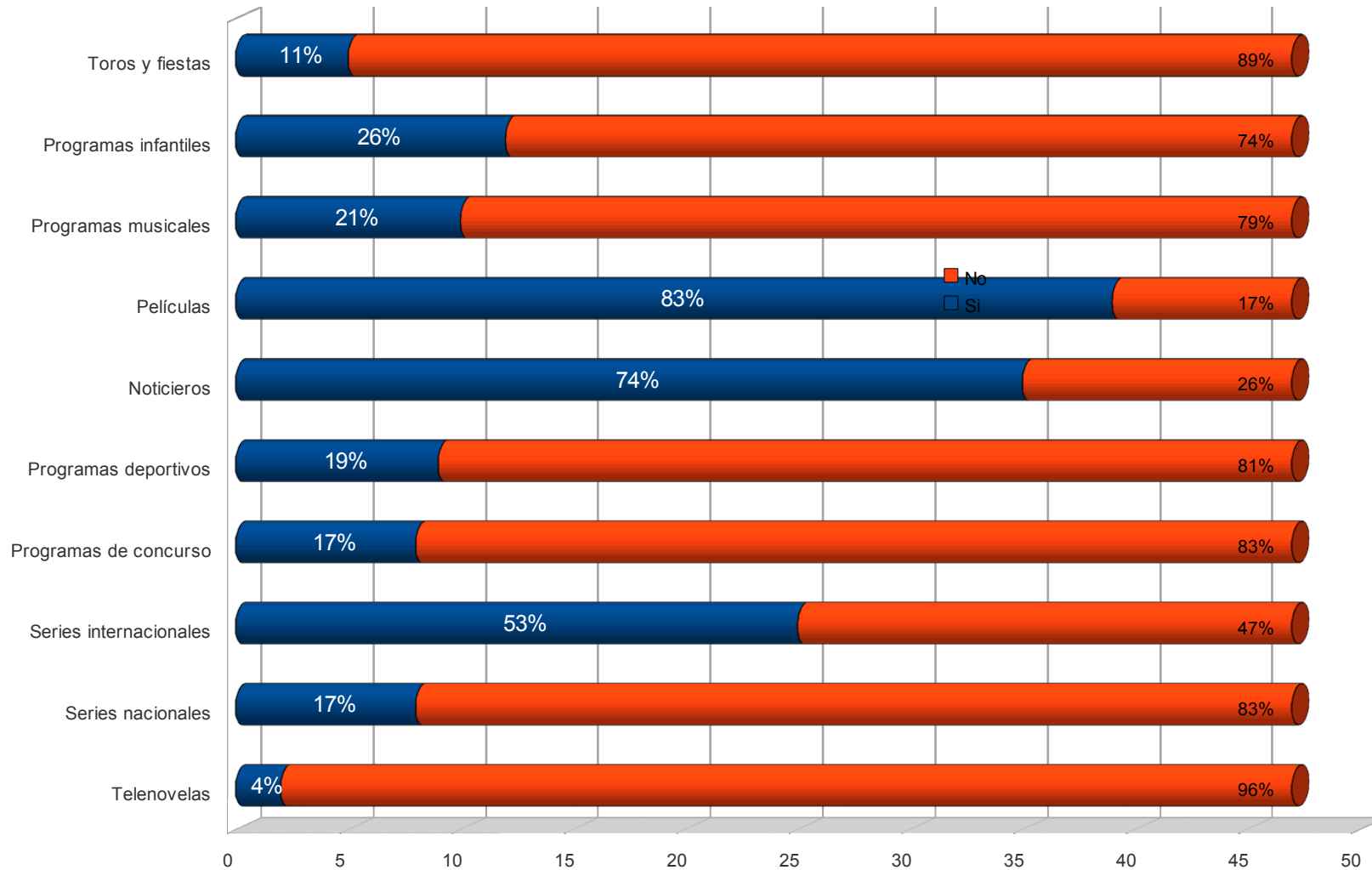
Comparativo de las 10 categorías de programas de TV preferidos por hombres y mujeres de 12 a 17 años, según datos de Rating. 1 de enero a 31

	Todos	Hombres	Mujeres
Primero	<b>ENTRETENIMIEN.</b>	<b>ENTRETENIMIEN.</b>	<b>ENTRETENIMIEN.</b>
Segundo	<b>DESCONOCIDO</b>	<b>DESCONOCIDO</b>	<b>NOVELAS</b>
Tercero	<b>NOVELAS</b>	<b>COMEDIA</b>	<b>DESCONOCIDO</b>
Cuarto	<b>COMEDIA</b>	<b>NOVELAS</b>	<b>COMEDIA</b>
Quinto	<b>DRAMA</b>	<b>NOTICIEROS NAL</b>	<b>DRAMA</b>
Sexto	<b>CINE</b>	<b>DRAMA</b>	<b>CINE</b>
Séptimo	<b>NOTICIEROS NAL</b>	<b>FICCION/TERROR</b>	<b>NOTICIEROS NAL</b>
Octavo	<b>FICCION/TERROR</b>	<b>CINE</b>	<b>ACCION/POLICIAL</b>
Noveno	<b>ACCION/POLICIAL</b>	<b>CONCURSOS</b>	<b>FICCION/TERROR</b>
Décimo	<b>CONCURSOS</b>	<b>ACCION/POLICIAL</b>	<b>INFORMATIVOS</b>

*Comparativo de los 10 programas de TV preferidos por hombres y mujeres de 12 a 17 años, según datos de Rating. 1 de enero a 31 de diciembre, 2009.*

	Hombres	Mujeres
Primero	TOROS (PRIME)*	TOROS*
Segundo	TOROS	TOROS (PRIME)
Tercero	EL CHINAMO	SIN SENOS NO HAY PARAISO MARAT
Cuarto	TOROS	EL CHINAMO
Quinto	TOROS (PRIME)	TOROS
Sexto	TELETON	TOROS (PRIME)
Sétimo	ATRAPADOS EN EL PARAISO	FATIMA
Octavo	PROG.SIN CONFIRMAR	A MOM FOR CHRISTMAS
Noveno	SIN SENOS NO HAY PARAISO MARAT	DEMETRIO EL GLADIADOR
Décimo	WWE	BEST SELLER

# Tipo de programación más vista por educadores

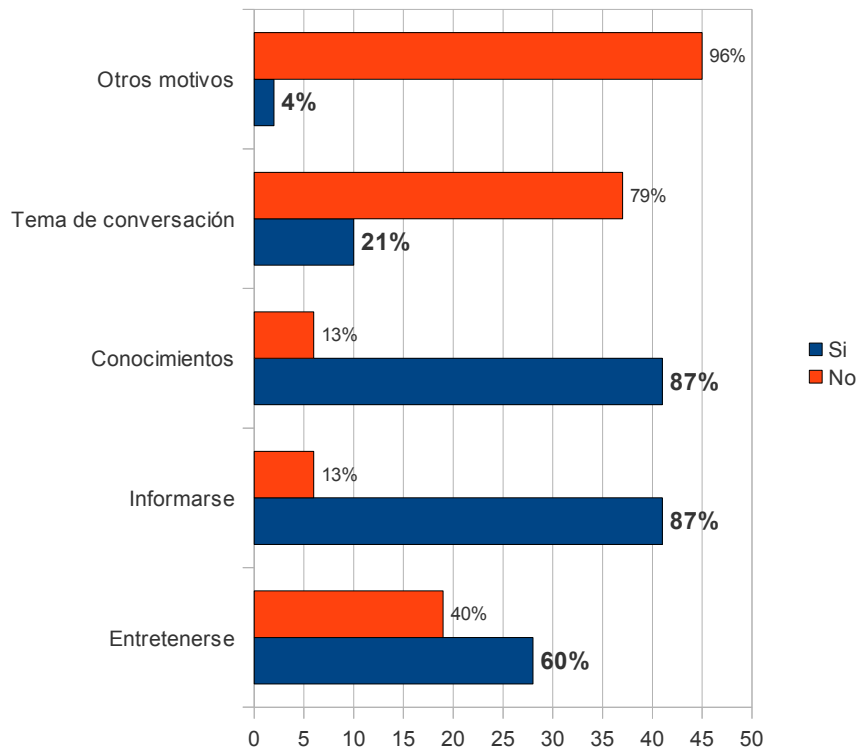




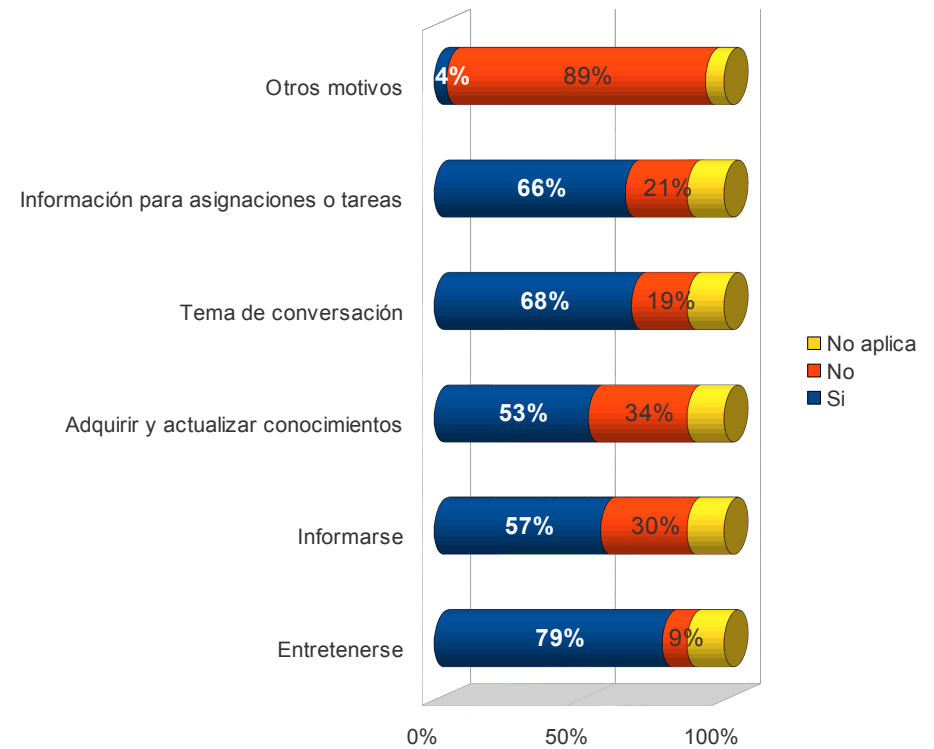


# Motivación para usos de Internet

- Educadores



- Educadores sobre estudiantes



# Uso de internet

- Según RACSA en agosto del 2010 el 53% de la población costarricense utiliza Internet y dicho porcentaje ha venido creciendo en forma sostenida desde el 2004 ya que era del 20% en ese año, 22% en el 2005, 26% en el 2006, 35% en el 2007, el 39% en el 2008 y en el 2009 era el 45%.
- Según RACSA en el 2010 año el 52% de los hogares tenía computadora; en el año 2008 era el 41% y en el 2009 alcanzó el 46%. Del total de hogares, el 30% tiene acceso a internet.
- Según RACSA, el cibernauta costarricense tiene en promedio 29 años.
- PROSIC asegura que los principales usos que las y los costarricenses hacen de internet son: enviar correos electrónicos, 74%; buscar información y navegación, 57%; trabajo, 40%; redes de amigos, 31%; escuchar música, 30%; chatear, bajar vídeos y transacciones bancarias, 16%.
- **No existen datos específicos para jóvenes.**

Según los datos de la Encuesta de Juventud ( 2008):

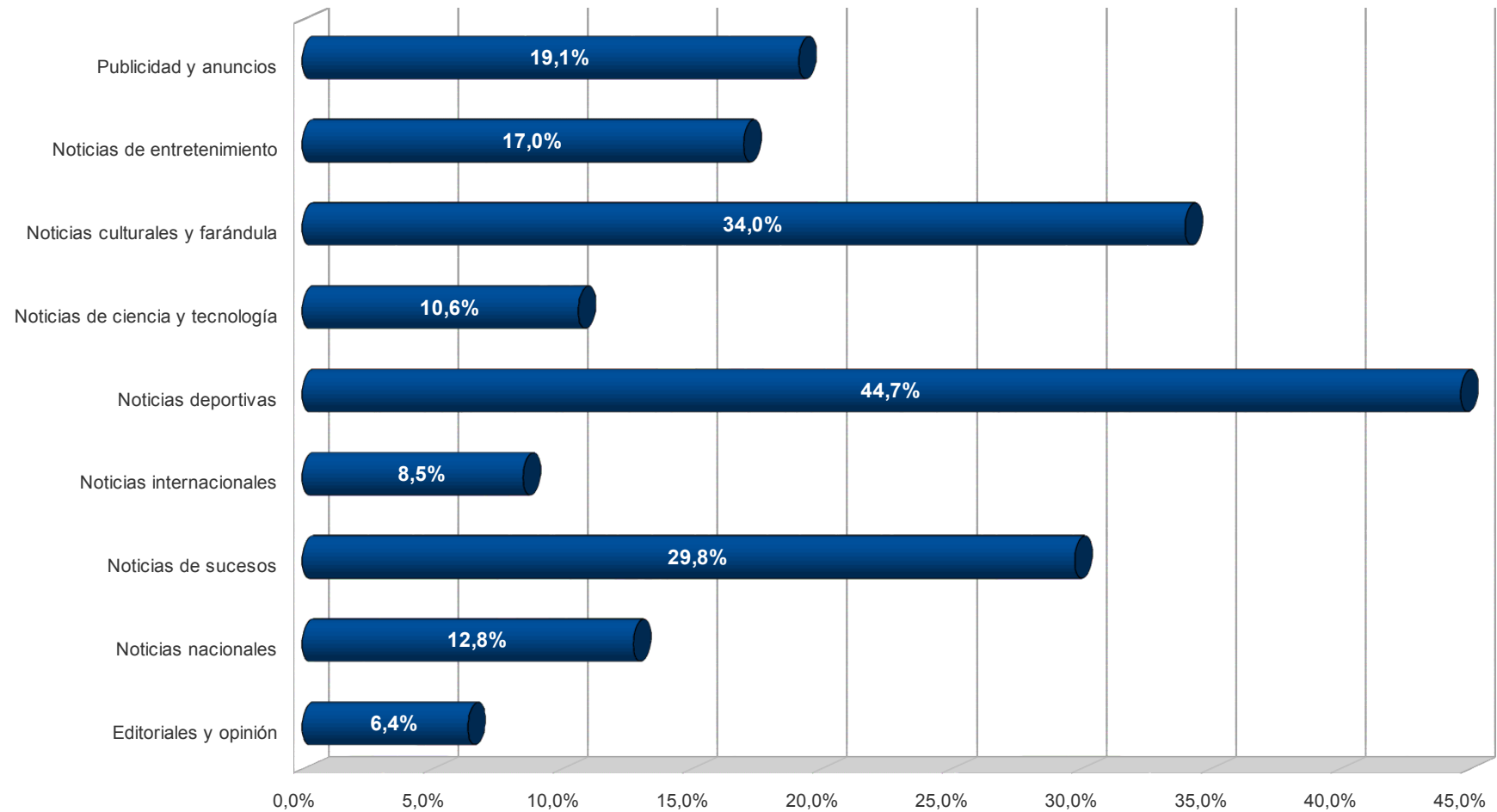
- Un 58,3% de jóvenes entre 15 y 17 años no utiliza nunca este medio de comunicación, y el dato aumenta a casi el 65% si se considera a todas las personas jóvenes con edades entre 15 y 35 años.
- **No existen datos específicos para niños y niñas**

# Lectura

Encuesta Nacional de Juventud:

El 26% leen “Siempre” y el 45% dicen leer “A veces”. Las mujeres leen más.

# Percepción de docentes sobre uso de periódicos entre jóvenes



# Algunos elementos para construir una propuesta de alfabetización mediática (1)

La propuesta de alfabetización debe reconocer en su punto de partida y abordar la existencia de (diversas) brechas en el uso de las tecnologías entre docentes y estudiantes.

Una propuestas de alfabetización mediática debería partir del **diálogo entre estudiantes y docentes** en relación con el tipo de medios y programaciones preferidas por ambos.

Asimismo, fomentar la **sensibilidad** entre los docentes para reconocer las especificidades de los consumos mediáticos entre sus estudiantes. Los docentes deben tener **herramientas para reconocer los usos mediaticos** que hacen los estudiantes con los que se relacionan.

Una educación para el uso de medios en la escuela debe tomar en consideración que los y las docentes necesitan **dominar herramientas actualizadas para la lectura crítica de medios de comunicación**. Pero estas herramientas deben ser diseñadas a partir de **las necesidades reconocidas** de los y las docentes y los y las estudiantes.

# Algunos elementos para construir una propuesta de alfabetización mediática (2)

**Las personas jóvenes se relacionan con la televisión principalmente como medio de entretenimiento.** Si bien diversos géneros televisivos se encuentran en los primeros lugares de las audiencias, la mayoría de ellos tiene como fin el entretenimiento. Los formatos y contenidos educativos no cuentan con su favor. Este debe ser considerado un punto de partida básico para trabajar con las personas participantes en el proceso formativo. Entre los primeros lugares de preferencias se encuentran los Espectáculos: los toros, “El Chinamo” y la “Teletón”.

Estos hallazgos plantean :

- **La necesidad de desarrollar una línea reflexiva en torno a la construcción de espectáculos públicos televisados:** cómo, por una parte, se les reviste de una aparente carga informativa mientras que, en contrapartida, se desarrolla la tendencia a hacer de la noticia un espectáculo. Este punto puede ser de particular interés para profundizar con los más jóvenes las lecturas críticas sobre los contenidos y las formas en que se presentan los contenidos informativos.

# Algunos elementos para construir una propuesta de alfabetización mediática (3)

- Profundizar en el **análisis crítico de la agenda de los medios en general**, no sólo de la noticia: ¿qué se imprime o se transmite?, ¿cuál es su contenido?, ¿qué nos dicen esos espacios?, ¿qué nos aportan?, ¿a cuáles intereses responde esa agenda de los medios?.

**Año tras año aumenta la cantidad de población que tiene computadora y acceso a Internet en su casa.** Esto obliga a considerar:

- **incorporar los consumos de Internet en cualquier propuesta de alfabetización mediática**

- **La necesidad de colocar en esta perspectiva a medios más populares como la televisión y la radio.** Por otra parte la convergencia mediática, entendida como la coexistencia sobre la misma plataforma de Internet de medios que anteriormente existían sólo en forma separada, obliga a incorporar a esta plataforma en cualquier reflexión mediática



# Algunos propuestas para construir una propuesta de alfabetización mediática (4)

Destaca el alto porcentaje del consumo televisivo que se concentra en **la televisión por cable**. Deberá considerarse en el proceso de alfabetización:

- Las características de este tipo de consumo que la caracterizan: **la especialización temática y por género**.