



# UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

*La Universidad Católica de Loja*

## ÁREA SOCIO HUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Competencias mediáticas en estudiantes universitarios de la ciudad de Quito. Caso de estudio Universidad Tecnológica Indoamérica**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**AUTORES:** Pazmiño Pico, María Belén

**DIRECTOR:** Rivera Rogel, Diana Elizabeth, Ph.D.

QUITO – ECUADOR

2016

## **APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Ph.D.

Diana Elizabeth Rivera Rogel

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Competencias mediáticas en estudiantes universitarios de la ciudad de Quito. Caso de estudio Universidad Tecnológica Indoamérica” realizado por María Belén Pazmiño Pico, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Abril 2017

F).....

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo **María Belén Pazmiño Pico** declaro ser autor del presente trabajo de fin de titulación: “Competencias mediáticas en estudiantes universitarios de la ciudad de Quito. Caso de estudio Universidad Tecnológica Indoamérica” de la Titulación de Comunicación Social, siendo la Ph.D. Diana Elizabeth Rivera Rogel directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición el Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo académico o institucional (operativo) de la Universidad.”

María Belén Pazmiño Pico

1715932479

## **DEDICATORIA**

La presente tesis se la dedico a mis padres, a mi hermano, a mi abuelita y a mi novio, que han estado constantemente apoyándome e incentivándome a cumplir mis objetivos, ellos son mi gran amor y apoyo, de los que he aprendido mucho día a día; también a todos aquellos que de alguna u otra manera han contribuido para culminar mi carrera, y a mis maestros por todos los conocimientos impartidos.

**María Belén**

## ÍNDICE

Portada.....	1
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	3
DEDICATORIA.....	4
ÍNDICE.....	5
Índice de Cuadros.....	7
Índice de Tablas.....	7
Índice de Gráficos.....	8
RESUMEN EJECUTIVO.....	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	14
1.1 Conceptos Generales.....	15
1.1.1 Consumo Cultural.....	15
1.1.2 Nativos Digitales.....	17
1.1.3 Inmigrantes Digitales.....	19
1.1.4 Alfabetización Mediática e Informativa.....	20

1.1.5 Alfabetización Digital.....	22
1.2 Competencias Mediáticas.....	23
1.2.1 Antecedentes de Competencias Mediáticas.....	23
1.3 Concepto de Competencia Mediática.....	26
1.3.1 Objetivo de la Competencia Mediática.....	26
1.3.2 Dimensiones de las Competencias Mediáticas.....	28
2. CAPITULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
2.1. Investigación.....	34
2.1.1. Investigación Bibliográfica.....	34
2.1.2. Investigación de Campo.....	34
2.1.3 Cuestionario.....	35
2.2 Objetivos.....	35
2.3 Métodos y técnicas utilizados.....	36
2.3.1 Población y Muestra.....	37
2.3.2 Método Cualitativo.....	37
3. CAPITULO III: RESULTADOS.....	38
3.1 Resultado total de los alumnos.....	39
3.1.1 Datos Sociodemográficos.....	39

3.1.2 Resultados de las dimensiones.....	41
3.1.2.1 Dimensión de la Tecnología.....	41
3.1.2.2 Dimensión de Lenguaje.....	49
3.1.2.3 Dimensión Ideología y valores.....	53
3.1.2.4 Dimensión proceso de producción y difusión.....	57
3.1.2.5 Dimensión de la estética.....	60
3.1.2.6 Dimensión proceso de interacción.....	63
CONCLUSIONES:.....	67
RECOMENDACIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	71
ANEXOS.....	74
1- Anexo. Cuestionario.....	75
2- Anexo. Fotografías.....	84

### **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1: Dimensiones de las competencias mediáticas.....	29
-----------------------------------------------------------	----

### **INDICE DE TABLAS:**

Tabla 1: Conocimiento recursos nuevas tecnologías.....	44
Tabla 2: Navegador habitual.....	45
Tabla 3: Claves navegación buscadores.....	48
Tabla 4: Comprensión transmisión mensajes en medios.....	49
Tabla 5: Comprensión transmisión mensajes audiovisuales.....	51
Tabla 6: Conocimiento mecanismo quejas en medios.....	53
Tabla 7: Uso mecanismo quejas en medios.....	55
Tabla 8: Motivo uso quejas en medios.....	56
Tabla 9: Capacidad actuar contenidos audiovisuales.....	58
Tabla 10: Análisis imagen desde punto estético.....	60
Tabla 11: Grado importancia elementos artísticos.....	62
Tabla 12: Grado uso mecanismo formular quejas.....	64
Tabla 13: Participación en temas sociales y/o políticos.....	65

### **INDICE DE GRÁFICOS:**

Gráfico 1: Sexo.....	39
Gráfico 2: Edad.....	40
Gráfico 3: Nivel Académico.....	41

Gráfico 4: Conocimiento de las nuevas tecnologías.....	42
Gráfico 5: Adquisición conocimiento de las nuevas tecnologías.....	43
Gráfico 6: Conocimiento recursos nuevas tecnologías.....	44
Gráfico 7: Motivo uso navegador habitual.....	47
Gráfico 8: Claves navegación buscadores.....	48
Gráfico 9: Comprensión transmisión mensajes en medios.....	50
Gráfico 10: Comprensión transmisión mensajes audiovisuales.....	51
Gráfico 11: Comprensión secuencia mensajes audiovisuales.....	52
Gráfico 12: Conocimiento mecanismo quejas en medios.....	54
Gráfico 13: Uso mecanismo quejas en medios.....	55
Gráfico 14: Motivo uso quejas en medios.....	57
Gráfico 15: Capacidad actuar contenidos audiovisuales.....	58
Gráfico 16: Secuencia lógica producto audiovisual.....	59
Gráfico 17: Análisis imagen desde punto estético.....	61
Gráfico 18: Grado importancia elementos artísticos.....	63
Gráfico 19: Grado uso mecanismo formular quejas.....	64
Gráfico 20: Participación en temas sociales y/o políticos.....	66

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en el estudio de las Competencias Mediáticas Audiovisuales. El caso de estudio fue la Universidad Tecnológica Indoamérica de la ciudad de Quito, cuya muestra fue 301 estudiantes de entre primer y cuarto año. El objetivo fue analizar y diagnosticar el nivel de competencia mediática audiovisual en jóvenes de 17 a 21 años.

Por otro lado, es importante profundizar y dar a conocer esta investigación, para que las instituciones educativas incluyan en sus mallas curriculares asignaturas referentes a la comunicación y las nuevas herramientas tecnológicas. Es necesario que los alumnos sepan usar estas herramientas de forma correcta y a la vez entender y analizar la información que es transmitida por estos sitios.

En esta investigación nos centraremos en las seis dimensiones específicas de la competencia mediática propuestas por Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012):

- El Lenguaje
- La tecnología
- Procesos de interacción
- Procesos de producción y difusión
- Ideología y valores
- Estética

## ABSTRACT

The present investigation consists in the study of Mediatic Audiovisual Competences. Our sample was carried out in Quito city, at "Universidad Tecnológica Indoamérica" university, with a population of 301 students between first to fourth year of university education. With the objective of analyzing and diagnosing the level of audiovisual media competence in young people (17 to 21+ years).

On the other hand it is important to deepen and publicize this research, with the aim of including it in the academic pensum, related subjects to communication and new technological tools in reference to communication. It is necessary that the students know how to use the new tools correctly and at the same time understand and analyze the information that is transmitted by these sites.

In this research we will focus on six specific dimensions of competencies:

-Language

-Technology

-Interaction processes

-Production and dissemination processes

-Ideology and values

-Esthetic

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación ocupan un papel muy importante en nuestros días, internet es una de las herramientas comunicacionales más importantes de la nueva era, así también con la diversidad de herramientas o programas informáticos desarrollados para la educación en instituciones universitarias.

En esta investigación nos enfocamos en el grado de conocimientos sobre las seis dimensiones de las competencias mediáticas según Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012); que tienen los estudiantes de la Universidad Indoamérica de la ciudad de Quito.

“No se piensa en una competencia que garantice la eficacia profesional, sino que potencie la excelencia personal. La competencia mediática ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural” (Ferrés & Piscitelli, 2012).

Es importante que los alumnos de hoy en día sean preparados desde sus centros universitarios de la manera correcta sobre el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, y así desempeñar un papel competente con la sociedad y en el ámbito profesional en cuanto al correcto uso de las mismas.

En el primer capítulo del trabajo de investigación revisaremos brevemente los conceptos de consumo cultural, nativos digitales, inmigrantes digitales, alfabetización mediática e informacional, alfabetización digital, competencias mediáticas sus conceptos, antecedentes, objetivos y dimensiones.

En el segundo capítulo del trabajo de investigación veremos la metodología de investigación, métodos y técnicas, investigaciones de campo, bibliográficas, población y muestra, método cualitativo, investigación descriptiva.

En el tercer capítulo del trabajo de investigación veremos el resultado de los alumnos y verificación de hipótesis.

Esta tesis tiene el propósito de cumplir los objetivos antes planteados, mediante la investigación bibliográfica, y así también con la realización de las encuestas en la Universidad Tecnológica Indoamérica de la ciudad de Quito.

## **1. CAPITULO I: MARCO TEÓRICO**

## **1.1 Conceptos Generales**

### **1.1.1 Consumo Cultural**

El término consumo cultural se refiere a la selección que realiza cada consumidor de un cierto producto, en el que su característica principal es el contenido cultural que este puede aportar a la sociedad, contenidos culturales que pueden difundirse en los diferentes espacios o canales de comunicación, en los que se debe priorizar que los contenidos difundidos cuenten o aporten al consumidor o público una formación intelectual, cultural, étnica, histórica, humanística sobre la sociedad en la que nos desenvolvemos.

“Estamos, a nivel general, ante un ensayo o mirada generacional sobre la educación y las nuevas tecnologías de la información que pretende facilitar el acceso a las nuevas tecnologías, responder a sus principales problemas educativos, plantear los fines y formas que debe adoptar la educación ante los nuevos retos y déficits sociales”. (Muñoz, 2001)

Podemos observar que tiempo atrás los contenidos que el consumidor o público recibía eran más o menos impuestos a él, ello quiere decir que el consumidor se veía limitado a observar lo que los medios difundían a su conveniencia, o lo que al momento para ciertos grupos sociales era lo más importante de difundir; hoy en día podemos observar que con las implementaciones tecnológicas se han ido descubriendo nuevos campos o herramientas en las que se puede difundir información y por los que se llega a cumplir diferentes objetivos informativos, educativos, inductivos, publicitarios, etc.

En la actualidad es importante el estudio de este tema donde podemos observar que la información que un consumidor recibe es la que él mismo selecciona, porque con las implementaciones tecnológicas este se ha vuelto en un discernidor de contenidos y he ahí lo

importante de que el consumidor pueda escoger sus contenidos en una amplia gama de información que contenga un grado importante de contenido cultural, ayudándolo así a que adquiriera herramientas o conocimientos que sean trascendentales en su formación y estos así mismo le sirvan en su vida cotidiana y profesional.

Una característica importante de las nuevas herramientas tecnológicas que el mundo pone a disposición nuestra, es que dichas herramientas tienen el fin de ser masivas, es decir que los contenidos que se van a difundir no llegarán solo a un cierto sector, país, ciudad o entidad específica, sino más bien que con estas herramientas cualquier contenido que difundamos se compartirá a miles de personas en el mundo, rompiendo las barreras de tiempo y espacio.

“Sin embargo, paradójicamente, esta es justamente la razón por la que los medios tienen una importancia ideológica tan enorme y por la que la educación audiovisual es necesaria con tanta urgencia.” (Masterman, 2010)

Esta característica de las nuevas herramientas de comunicación es realmente importante porque permite la globalización de los contenidos que se desea difundir y he ahí el correcto uso que se las debe dar aportando algo positivo a la sociedad.

“Quienes controlan y trabajan en los medios o solo tienen poder para fijar prioridades, ofrecer explicaciones y construir sus propias versiones de los acontecimientos. Tienen la capacidad, mucho más importante, de proyectar estos acontecimientos como naturales y auténticos, sencillamente como una parte de la manera de hacer las cosas (Masterman, 2010).

Se debe ser cauteloso con el correcto uso de las nuevas herramientas tecnológicas, esto porque las mismas convierten a la información en un bien de consumo masivo, haciéndola que sea fácil

de distorsionar o manipular a placeres de aquellos que quieran usarla para su beneficio económico o personal, de esta manera decae la calidad de los contenidos y los objetivos principales de la información.

“La revolución tecnológica y la neurobiológica coinciden en la necesidad de potenciar la dimensión participativa de los procesos comunicativos. La participación no puede relegarse al ámbito de la expresión. Los procesos de análisis de mensajes han de ser afrontados también desde un planteamiento activo, dialógico, tomando en consideración la participación del interlocutor mediante los procesos de selección, interpretación, aceptación o rechazo, crítica, difusión, etc.” (Ferres y Piscitelli, 2012).

### **1.1.2 Nativos digitales**

El término nativos digitales se refiere a las personas o generaciones que nacieron en el auge o implementación de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación), estos nativos digitales son quienes crecieron con las nuevas herramientas tecnológicas, haciendo de estas algo natural y automático en sus vidas cotidianas para todas sus generaciones.

“Los entornos virtuales de aprendizaje resultan un escenario óptimo para promover dicha alfabetización, ya que permiten abordar la formación de las tres dimensiones básicas que la conforman: el conocimiento y uso instrumental de aplicaciones informáticas; la adquisición de habilidades cognitivas para el manejo de información hipertextual y multimedia; y el desarrollo de una actitud crítica y reflexiva para valorar tanto la información, como las herramientas tecnológicas disponibles.” (Salinas, 2011)

Se consideran nativos digitales a las personas que nacieron a partir de 1980 en adelante, ya que en 1978 fue cuando la tecnología digital tuvo su despegue en el mundo.

Algunas de las características de los nativos digitales según (Prensky, 2010) son:

- La inmediatez de la información
- Implementaciones de técnicas didácticas e interactivas
- Mayor aceptación a las técnicas audiovisuales
- La red es su matriz de trabajos
- El trabajo paso a paso es algo que no les agrada, al contrario prefieren la hipertextualidad

La importancia de la inmediatez y de la interactividad es una cualidad dominante de los nativos digitales, para ellos es fácil familiarizarse con los equipos de cómputo, con su hardware y su software, estos prefieren que los conocimientos les sean impartidos de una manera mucho más atractiva o didáctica, comparado a las clases antiguas que constaban de mucha teoría y técnicas diferentes, para ellos se les hace mucho más fácil aprender practicando.

" Hay quien sostiene que el crecimiento en este entorno tecnológico puede haber influido en la evolución del cerebro de aquellos individuos. En concreto, se investiga el efecto de los juegos electrónicos en algunas habilidades cognitivas y la generación incluso una nueva estructura neuronal en los individuos. Sin duda, su actividad con la tecnología configura sus nociones sobre lo que es la comunicación, el conocimiento, el estudio/aprendizaje e, incluso, sus valores personales." (García, Portillo, Romo, y Benito, 2007)

### **1.1.3 Inmigrantes digitales**

El término Inmigrantes digitales viene de las personas que nacieron antes de los años 1980, en esa época las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) era un tema alejado para las personas.

Dicho término les es asignado a las personas que al no haber nacido en la época donde se originaron dichas tecnologías tienen que acoplarse a las mismas, algunos con mayor facilidad que otros. Para estas personas es bastante difícil el adaptarse ya que el aprendizaje de las nuevas tendencias de enseñanza se les hace demasiado complejas.

“Una última distinción que se suele establecer entre nativos e inmigrantes digitales se refiere a su vinculación con la famosa denominación Web 2.0 y, en definitiva, con la actitud que tienen ante Internet. Esta denominación (web 2.0) no corresponde a ninguna segunda versión de Internet, como pudiera hacer pensar el dígito 2.0 (por analogía con Explorer 7.1 o Word 2007) sino a otra metáfora que lanzó en 2004 Tim O’Reilly, conocido estudioso de las TIC e impulsor de los programas libres, para denominar una manera distinta de entender la red, basada en la cooperación entre todos los internautas.”  
(Cassany & Ayala, 2008)

El método de enseñanza de dichos inmigrantes era tradicional un método paso a paso, en sus clases trataban de llenarlas de pura teoría y el memorizar la mayor cantidad de conceptos; lo que ahora para los nativos digitales es algo innecesario en ciertos casos, ya que en la red se cuenta con muchas herramientas que pueden facilitar y agilizar la vida tanto de estudiantes como de docentes, sin ánimo de desmerecer el método tradicional de aprendizaje y sus contenidos.

Es importante que dichos inmigrantes se puedan acoplar a estas nuevas herramientas, ya que según (Prensky, 2010) muchas de las personas se vuelven reacias a la modernización debido a la dificultad que las mismas les representan; con esa forma de pensar hacen aún más difícil la adaptación a las TIC debido a la falta de predisposición; siendo esto contraproducente para su desarrollo porque las mismas son muy útiles y nos brindan una amplia gama de recursos con las que se puede llegar a los estudiantes de mejor manera.

#### **1.1.4 Alfabetización mediática e informacional**

La alfabetización mediática e informacional son las maneras, técnicas, o procedimientos que se utilizan para hacer conocer a la ciudadanía o los estudiantes, de cómo se debe usar las nuevas tecnologías de la comunicación, brindando conocimientos sobre el funcionamiento de los dispositivos que permiten usar estas nuevas herramientas, sus programas, su lenguaje, sus técnicas etc.

Las personas hoy en día tienen acceso a internet y por medio de este a los diferentes softwares informáticos y herramientas informáticas de la comunicación, pero ¿cuál es una de las grandes desventajas que se tiene?, que la gran mayoría de internautas no les dan el uso correcto a las mismas, y por ende en sus diferentes aspectos se realiza un uso mediocre de las herramientas usadas.

“El poder mediático se beneficia de la transparencia que caracteriza a los nuevos sistemas de representación, propiciando la confusión entre la representación y la realidad. La competencia mediática ha de hacer frente, pues, a esta complejidad, compaginando la

potenciación de la cultura participativa con el desarrollo de la capacidad crítica” (Ferres y Piscitelli, 2012).

En cuanto a la comunicación que es nuestra área de conocimiento se observa que las personas por medio o gracias a las nuevas tecnologías de la información han pasado de ser simples lectores de una noticia, a ser ellas mismas las que imparten noticias al instante, como por ejemplo las publicaciones en Facebook de sucesos de interés social, muchas de ellas las toman como un simple post, pero lo que no se dan cuenta es que ese post lo llegan a ver muchísimas personas ya que se vuelve una difusión de un mensaje en cadenas; y es en este tema que las personas deben tener mucho cuidado en saber qué cosas se deben publicar y como se las debe publicar, ya que si la información proporcionada no es correctamente tratada puede ser contraproducente.

Esta alfabetización mediática e informacional reside en el hecho de que a los estudiantes o usuarios se les debe instruir de manera correcta sobre las diferentes herramientas tecnológicas que existen al momento, con el objeto de que les puedan dar el uso correcto y se pueda sacar el mayor provecho, no quedándose así en un aprendizaje mediocre y en un uso mediocre de las nuevas tecnologías.

En el tema comunicacional se puede ir educando a los consumidores enseñando a escoger información de calidad o correcta, debido a que hoy en día gran parte de la información que se encuentra colgada en la red es manipulada y no es cierta en su totalidad; se debe aprender a discernir la información como un cedazo, así mismo ver que páginas o sitios web son verificados y confiables, de los que se pueda obtener una información fidedigna.

### **1.1.5 Alfabetización digital**

En cuanto a este término de Alfabetización digital podemos decir que se trata de la manera o la facilidad de adaptación de las personas a las nuevas herramientas de comunicación, en cuanto al ámbito visual, auditivo, textual y funcional de las tecnologías.

“La relevante implantación de Internet y la democratización de su uso han propiciado la creación y consolidación de ciudadanía globales. Unas ciudadanía capaces de fortalecer las bases de las sociedades civiles por medio de un entramado de redes que sustentan un flujo permanente de acciones y de intercambio de información que configuran los contenidos de las agendas globales.” (Sánchez y Otero, 2012)

Con el paso de los años nos hemos podido dar cuenta cómo ha evolucionado la tecnología en sus diferentes campos y es en la comunicación uno de los campos en los cuales ha evolucionado ayudando a que la información sea mucho más masiva de lo que antes era.

Las tecnologías de hoy en día se han tornado bastantes técnicas, tal es así que existen plataformas virtuales en los diferentes campos de la vida tanto en el ámbito social, familiar y educacional; dando así una facilidad para la difusión de comunicación, la educación, la distracción y hasta para la negociación.

“La Web 2.0 y, más concretamente, el social media –como comunidades virtuales de personas con afinidades comunes- suponen el contexto idóneo para la eclosión de esta ciudadanía. Precisamente, la readaptación del contexto de red social al medio digital propició la aparición de nuevas formas de activismo en la web” (Sánchez y Otero, 2012)

La alfabetización digital o tecnológica es un tema fundamental en la enseñanza de cada una de las generaciones, y esta debe ser de la manera correcta, tomando en cuenta cada uno de los temas que abarca, tales como:

**Textual:** Se refiere al lenguaje digital que usan, son ciertos términos específicos de la era digital, que facilitaran la interpretación.

**Visual:** Se refiere a la facilidad de acoplarse a la hipertextualidad, a la adaptación con la manera de leer los documentos, identificar cada una de las opciones funcionales que tiene alguna página, etc.

**Auditivo:** Se refiere a la adecuación del uso de audios de apoyo, con el fin de enriquecer el contenido que ofrecen.

"La aparición de la figura del prosumidor (Toffler 1980), simultaneando el consumo y producción de acciones informativas, ha puesto de relieve distintos niveles sociales en aspectos tan básicos como la alfabetización digital y con mayor profundidad, la competencia mediática." (Gértrudix, Said, & Durán, 2016)

Es así que podemos caer en cuenta que en el ámbito digital es importante conocer o empaparse de todas sus funcionalidades, también podemos darnos cuenta que en esta era digital la tecnología avanza a pasos de gigantes, es ahí que se debe dar una correcta orientación para poder estar a la par de dichas tecnologías.

## **1.2 Competencias mediáticas**

### **1.2.1 Antecedentes de competencias mediáticas**

Las competencias mediáticas son las aptitudes que se adquieren para hacer uso correcto de las nuevas tecnologías en esta era digital, de tal manera que se pueda dar un correcto uso y una gran utilidad a las nuevas herramientas que se nos brinda.

“Se han expandido como nunca las posibilidades de que cualquier ciudadano pueda hacer llegar su mensaje, personal o colectivo, al resto de la sociedad, pero, paralelamente, el poder mediático ha alcanzado unos niveles de concentración y de acumulación a los que nunca antes se había llegado, como afirma Jenkins.” (Ferres y Piscitelli, 2012).

Para adquirir una gran competencia mediática en cuanto a las nuevas tecnologías se debe analizar en qué situación tecnológica se encuentra el país y de acuerdo a ello debemos partir y verificar si la ciudadanía se encuentra competente de acuerdo a esto.

"A pesar de las experiencias que se están llevando a cabo tanto en comunicación audiovisual como digital, aún son pocas las tentativas para definir, de manera precisa, los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para considerarse competente en sendos ámbitos, ineludibles a la hora de llevar a cabo los procesos de enseñanza-aprendizaje." (Pérez, 2012)

(Jenkins, 2012) dice que debemos darle el "beneficio de la duda" a todas las fuentes, pero sopesar cuidadosamente qué hay detrás de la información, para poder detectar sesgos, agendas ocultas, intereses comerciales... que puedan distorsionar la información.

Es por ello que para adquirir una competencia mediática relevante hoy en día se debe priorizar la enseñanza de dichos conocimientos desde casa, en las escuelas, en los centros universitarios y los profesionales ser autodidactas no estancándose en los conocimientos antiguos, sino siempre mantenerse a la vanguardia.

Moreira Manuel (2002) recalca que las exigencias profesionales, educacionales y sociales que hoy en día la sociedad nos impone, nos han obligado tanto a los docentes, a los profesionales y a la sociedad en general a explorar en lo que más puedan sobre el uso de las nuevas tecnologías, insinuando ser autodidactas de dichas tecnologías, obviamente cada sector en cuanto se lo permitan; y es a esto lo que lo ha llamado la “tercera revolución industrial”.

"Aunque los organismos internacionales aportan un cierto apoyo, la Educación en Comunicación Audiovisual sigue siendo un campo sin explorar en gran parte del mundo, con la excepción de países como Australia o Canadá. (Aguaded & Pérez, 2012)

En algunos países ya se ha tomado en cuenta el implementar una reforma en la que se exija en las mallas académicas tanto de escolares como universitarios una asignatura en la que se pueda dar un amplio conocimiento sobre el uso correcto de las tecnologías comunicacionales.

“El período histórico en el que nos encontramos se apoya en el cruce de diversos y variados procesos sociológicos, económicos, políticos y culturales como son la globalización o mundialización; la mercantilización de la información; la hegemonía de la ideología neoliberal; el incremento de las desigualdades entre los países avanzados y el resto del planeta; la superpoblación y los flujos migratorios del sur empobrecido hacia el norte rico,...” (Moreira, 2002)

Un antecedente importante que da pie a diferentes países a que se involucren en cuanto al tema de la convergencia mediática es el documento oficial del Parlamento Europeo (2006), en que se encuentran algunas enmiendas en el marco de las competencias, clave para el aprendizaje permanente y hablan de cuán importante es implementar estos conocimientos para así poder mejorar la calidad de la educación en sus diferentes ámbitos y espacios (Pérez y Martínez, 2011).

“Actualmente se están desarrollando programas de uso de TIC en Ecuador, orientados al fortalecimiento del aprendizaje (Peñaherrera, 2011). El país se encuentra inmerso en el proceso que lleva a la consolidación de la llamada "sociedad mediática", donde muchas veces las personas son valoradas "por su capacidad, habilidad o posibilidad de acceso a los medios de comunicación" (Bellón, 2010). En respuesta a tal tendencia, y en concordancia con ella, en Ecuador se está dotando a las escuelas públicas de equipamientos en sus aulas de informática con acceso a Internet. La primera iniciativa estatal, cuyo fin era incorporar las TIC en el sistema educativo, tuvo lugar en 2002, cuando se entregó ordenadores a los maestros, a través de un programa de capacitación destinado al uso pedagógico de los mismos, llamado programa Maestr@.com (Peñaherrera, 2012). Posteriormente hubo un estancamiento, por la situación política. En el año 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)” (citado en Marín, Rivera y Celly, 2014)

### **1.3 Concepto de competencia mediática**

#### **1.3.1 Objetivos de la competencia mediática**

Uno de los objetivos de la competencia mediática es el brindar la posibilidad a todos los individuos de conocer y de usar las nuevas tecnologías de la comunicación, que hoy en día son básicas para un mejor aprendizaje, para que este sea mucho más didáctico.

“Los docentes, por lo tanto, deben ser capaces de desarrollar propuestas didácticas coherentes, que integren el potencial de las tecnologías que facilitan el alcance del

conocimiento. La competencia mediática logrará un uso adecuado de los medios y de las nuevas formas de comunicación” (Marín, Rivera & Celly, 2014).

Otro objetivo de la competencia mediática es el capacitar a la mayor cantidad de población a que se familiarice y haga uso correcto y útil de las nuevas tecnologías; en este punto les interesa que en la malla académica se implemente una asignatura que ahonde en el conocimiento o uso de las nuevas tecnologías; ya que estas se convierten en herramientas con las que se debe trabajar diariamente y usándolas de la mejor manera se las pueda sacar el mejor provecho.

“Si esto es aplicable a la educación primaria y secundaria, tanto más recomendable es para la educación superior, por el nivel de exigencia formativa esperable o deseable en estos niveles educativos y por la responsabilidad del profesorado universitario en la competencia mediática e informacional del estudiantado.” (Gozálvez, García y Aguaded, 2014)

Otro objetivo es el enseñar a las personas a discernir el tipo de información que transita por la web, que sepan diferenciar que es lo que se puede tomar como cierto o como válido en la web, ya que hoy en día la mayoría de las personas tienen acceso a internet, pero son pocas las que pueden darle el uso correcto a las mismas.

“Y la sociedad del conocimiento no exige tanto poseer o acumular una cantidad ingente de información, sino más bien desarrollar competencias para buscarla, seleccionarla e interpretarla de modo adecuado, de manera crítica y creativa.” (Gozálvez, García y Aguaded, 2014)

Y finalmente, la competencia mediática se propone fomentar con estas tecnologías un aprendizaje mucho más interactivo, didáctico, participativo bilateralmente, con el propósito de

hacer la educación mucho más amena y fácil de comprender, y más que todo mucho más fácil de explicar y aplicar en la vida cotidiana usando técnicas más vivenciales que teóricas, sin dejar de lado la teoría que es una base fundamental.

“Hemos insistido en la importancia de asumir las nuevas funciones docentes relacionadas con los medios como un bien interno en educación superior, pues en el presente entorno comunicativo se imponen consideraciones de tipo utilitario o instrumental que no deberían ocultar otras de tipo cívico y ético, por ejemplo las referidas al nuevo modo (plural, participativo, colaborativo) de acercarnos al conocimiento a través de los medios, junto con las que inciden en la necesidad de formar a las personas para buscar, seleccionar, comprender e interpretar críticamente las informaciones y contenidos de los medios en aras de la regeneración de la vida pública.” (Gozálvez, García y Aguaded, 2014)

### **1.3.2 Dimensiones de la competencia mediática**

“El diccionario de la Real Academia Española define la palabra dimensión como «cada una de las magnitudes de un conjunto que sirve para definir un fenómeno». El fenómeno de la comunicación, como todos los fenómenos humanos, ha de contemplarse de manera holística. Ninguna de las magnitudes que lo componen puede explicarse si no es en interacción con todas las demás.” (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Las dimensiones mediáticas, en cuanto a ellas se refiere son las diferentes ramas en las que se deben enfocar las competencias mediáticas, estas abarcan los conocimientos o las bases teóricas en las que se deben enfocar las competencias, para que las mismas sean impartidas exitosamente.

“La comprensión global del fenómeno exige especificar y diferenciar cada una de las magnitudes relevantes para no pasar por alto ninguno de ellas ni en el análisis ni en la praxis expresiva” (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Según Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012) proponen las siguientes dimensiones:

## **DIMENSIONES**

### **1) El Lenguaje**

#### **a) Ámbito del análisis**

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

#### **b) Ámbito de la expresión**

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

### **2) La tecnología**

#### **a) Ámbito del análisis**

- Comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.
- Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.
- Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.
- Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.

#### **b) Ámbito de la expresión**

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

### 3) Procesos de interacción

#### a) Ámbito del análisis

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

#### b) Ámbito de la expresión

- Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.
- Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.
- Capacidad de interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.
- Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.

### 4) Procesos de producción y difusión

#### a) Ámbito del análisis

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

### **b) Ámbito de la expresión**

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

## **5) Ideología y valores**

### **a) Ámbito del análisis**

- Capacidad de descubrir la manera de cómo 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.

### **b) Ámbito de la expresión**

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

## 6) Estética

### a) Ámbito del análisis

- Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera de cómo se comunica.
- Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.
- Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas.
- Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.

### b) Ámbito de la expresión

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

**Cuadro 1:** Dimensiones de las competencias mediáticas

**Fuente:** Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012) **Elaboración:** Propia

## **2. CAPITULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTICACIÓN**

La investigación contemplará las siguientes técnicas de investigación:

## **2.1 Investigación**

### **2.1.1 Investigación Bibliográfica**

En cuanto al método bibliográfico requerido, se han realizado investigaciones mediante libros, artículos, revistas, encontrados en internet en las diferentes páginas web que son habilitadas o certificadas por su contenido fidedigno y de valor en cuanto a los artículos científicos que son usados para la realización de trabajos educativos como las tesis.

Con los mismos que se ha podido conocer más sobre el tema las competencias mediáticas a tratar en cuanto a conceptos, definiciones, características, percepciones de autores, etc.

### **2.1.2 Investigación de campo**

En el método de campo se realizó la investigación en estudiantes de la ciudad de Quito, de la Universidad Indoamérica, en la que se aplicó un cuestionario, dirigido a los estudiantes denominado competencias mediáticas, el mismo fue aplicado online a una población específica de estudiantes, de primero a cuarto año universitario, con la finalidad de diagnosticar el nivel de competencias mediáticas que poseen.

Las preguntas fueron evaluadas en base a criterios de valoración de la siguiente manera:

- Las respuestas 1 y 2 equivalen a un bajo nivel de conocimiento
- La respuesta 3 equivalen a un nivel medio de conocimiento
- La respuesta 4 equivale a un alto nivel de conocimiento

Las mismas que se representaron en los gráficos que se observarán más adelante en los resultados de cada pregunta.

Para el análisis de las preguntas que cuentan con varias opciones de sub preguntas primero se realizó una tabla de registro de valores con la sumatoria general de cada nivel, luego en los gráficos de porcentajes se seleccionó los datos de la fila que dice total de respuesta mas no total de alumnos encuestados y así poder sacar el valor general sobre el grado de conocimientos, ejemplo al final de la columna nivel Bajo se ve la suma del total de respuestas de este mismo, y así con los demás niveles; siendo estos valores los que se tomaron para los gráficos de porcentajes.

### **2.1.3 Cuestionarios**

El banco de preguntas se elaboró mediante la adaptación de cuestionarios elaborados en España.

Como herramienta, el cuestionario es muy común en todas las áreas de estudio porque resulta una manera no costosa de investigación, que permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis de la información. Por ello, este género textual es uno de los más utilizados por los investigadores a la hora de recolectar información (Hernández, 2004).

Con la aplicación de una encuesta vía online, recolectamos información de la Universidad Tecnológica Indoamérica de la ciudad de Quito, para analizar el grado de competencias mediáticas que tienen los estudiantes universitarios.

## **2.2 Objetivos**

Los objetivos de esta investigación son:

Generales:

- Facilitar y asegurar el derecho de los jóvenes a participar de forma activa, crítica y responsable en los diferentes medios de comunicación.

Específicos:

- Describir las dimensiones que conforman la competencia mediática en jóvenes pertenecientes a la Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Conocer el uso y consumo de las TIC y los medios de comunicación audiovisual por parte de jóvenes universitarios de la Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Contribuir a la mejora de la alfabetización mediática en los jóvenes, a partir de diagnósticos del grado de competencia mediática.

### **2.3 Métodos y técnicas utilizados**

En la siguiente investigación se analizó las 6 dimensiones de la competencia mediática según Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012):

1) El Lenguaje

2) La tecnología

3) Procesos de interacción

4) Procesos de producción y difusión

5) Ideología y valores

6) Estética

### **2.3.1 Población y Muestra**

Para lograr nuestros objetivos propuestos en un inicio se seleccionó en la ciudad de Quito la Universidad Tecnológica Indoamérica, la misma que cuenta con un total de 944 alumnos divididos en 9 facultades, por lo que se determinó que el número de nuestra muestra es de 301 alumnos de entre primero a cuarto año de universidad, a los que se les aplicó la encuesta.

### **2.3.2 Método cualitativo**

Consiste en la elaboración de las encuestas ya sean en papel o vía online. La muestra seleccionada contestó el cuestionario vía online entrando al siguiente enlace <http://uhu.es/alfamed/internacional/site/?q=universitarios-home>, los alumnos demoraron alrededor de 10 minutos para contestar todas las preguntas del cuestionario.

### **3. CAPITULO III: RESULTADOS**

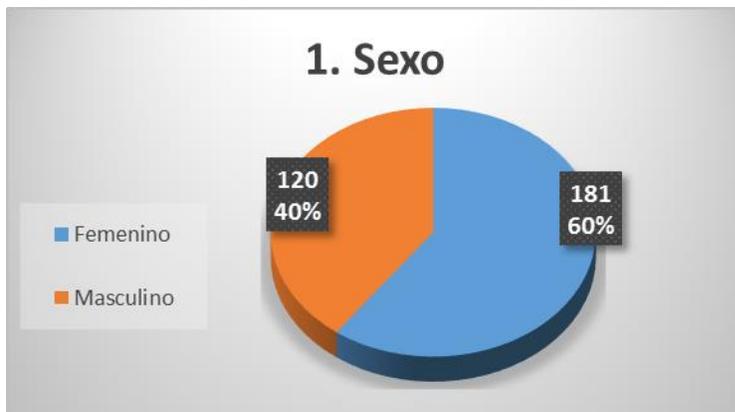
### 3.1 Resultado total de los alumnos:

Los resultados presentados a continuación corresponden a los datos demográficos y a las seis dimensiones mediáticas estudiadas en este proyecto llamado “Competencias mediáticas en estudiantes universitarios de la ciudad de Quito. Caso de estudio Universidad Tecnológica Indoamérica”.

#### 3.1.1 Datos Demográficos

Los cuadros presentan la información referente al sexo, edad, país, provincia, tipo de centro, nombre de la institución y nivel académico (Preguntas 1, 2, 3, 4, 5).

##### 1. Sexo: Masculino - Femenino



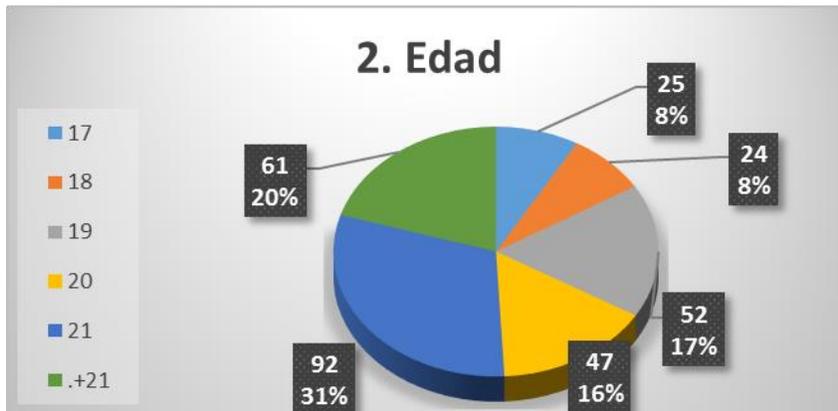
**Gráfico 1:** Sexo

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

El número de encuestados es de 301 estudiantes, el gráfico presenta la información referente al sexo, se encontró que el sexo femenino es superior al masculino, con un 60% (181) y tan solo el 40%(120) son varones.

**2. Edad:** 17, 18, 19, 20, 21, +21.

La franja de edad de los estudiantes universitarios que llenaron la encuesta va de 17 a +21 años de edad.



**Gráfico 2:** Edad

**Fuente:** Estudiantes UTI      **Elaboración:** Propia

Se puede ver que los alumnos de 17 y 18 años son el porcentaje más bajo con el 8% cada uno, los alumnos de 17(25) y los de 18(24), seguido por los alumnos de 19 años que corresponde al 17%(52). Por otro lado, los alumnos de 20 años corresponden 16%(47) y el mayor número de alumnos corresponde a la edad de 21 años con 31%(92) y los alumnos de +21 años 20%(61).

Con estos resultados obtenidos indicamos que existe un grupo que representa mayor peso dentro de la muestra y es precisamente en los alumnos de 19 a +21 años de edad.

**3. País:** Ecuador

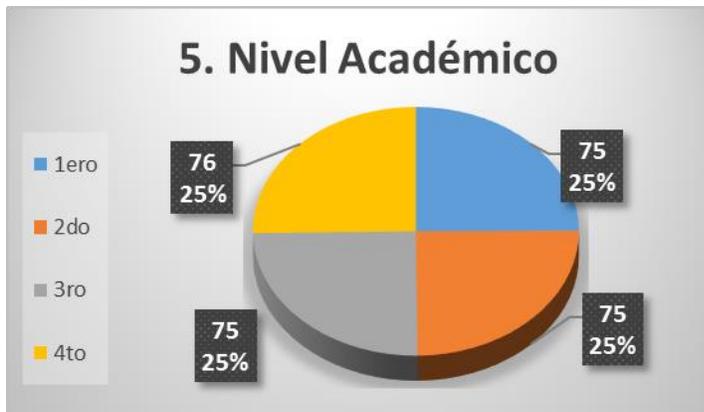
**3.1. Provincia:** Pichincha

**4. Tipo de centro:** Privada/Particular – Pública

**4.1 Nombre de la institución:** Universidad Tecnológica Indoamérica

## 5. Nivel académico que cursas actualmente:

1er año, 2do año, 3er año, 4to año.



**Gráfico 3:** Nivel Académico

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

En el gráfico observamos el número de estudiantes de la UTI, la encuesta se ha aplicado equitativamente para cada año con un 25%(75) el primer año, 25%(75) segundo año, 25%(75) tercer año y 25%(76) el cuarto año, en conclusión el mayor número de muestra por diferencia de una encuesta son los de 4to año, ya que se aplicó equitativamente la misma.

### 3.1.2 Resultados por dimensiones

#### 3.1.2.1 Dimensión de la Tecnología

En esta dimensión se estudiará la capacidad que el estudiante tiene sobre el análisis, manejo, interacción de las herramientas tecnológicas y su papel dentro de la comunicación audiovisual.

Se analizará las siguientes preguntas (Preguntas 6, 7, 8, 10, 11, 12)

**6. ¿Cómo valoras tu nivel de conocimiento en el manejo de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación?**



**Gráfico 4:** Conocimiento de las nuevas tecnologías  
**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

Los resultados indican que de los 301 alumnos encuestados en la UTI el mayor porcentaje equivale al 49%(148) que quiere decir que los alumnos tienen un nivel bajo en conocimiento de las nuevas tecnologías, seguido del 39%(117) los alumnos que tiene un conocimiento alto de las mismas y con el 12%(36) los alumnos que tienen un nivel medio de conocimientos en cuanto al manejo de las mismas.

"Ámbito de la expresión: Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal." (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Esta pregunta se encasilla en el enunciado de Ferrés y Piscitelli antes mencionado, denotándonos que el entendimiento y manejo de las nuevas tecnologías es bajo en esta institución.

**7. Los conocimientos en medios de comunicación y tecnologías los he adquirido a través de:**



**Gráfico 5:** Adquisición conocimiento de las nuevas tecnologías  
**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

Los resultados indican que de los 301 alumnos encuestados en la UTI, 44%(131) alumnos han adquiridos de manera “Autodidacta” el conocimiento de comunicación audiovisual, el 20%(61) de los alumnos tienen “Ayuda de compañeros o amigos”, el 10%(29) conocimiento por “Conferencias”, el 3%(8) conocimiento por “Talleres/Congresos”, el 16%(49) conocimiento por “Cursos específicos”, el 4%(13) “En mis estudios preuniversitarios” y tan solo el 3%(10) “En mis estudios universitarios”.

“Las escuelas pueden -y, obviamente, deberían- contribuir de forma decisiva a nivelar estas diferencias en lo que a la posibilidad de acceso se refiere. Sin embargo, estaría bien empezar reconociendo que el acceso no tiene que ver sólo con la tecnología, sino también con el capital cultural: es decir, con las habilidades y competencias culturales necesarias para usar esa tecnología creativa y productivamente” (Buckingham, 2005).

De esta manera se puede decir que los alumnos en su mayoría aprenden a utilizar las herramientas tecnológicas por su propia cuenta o de forma autodidacta, en esta pregunta

podemos observar que es muy bajo el porcentaje de estudiantes que adquirió sus conocimientos sobre comunicación visual en sus estudios universitarios.

**8. Indica el grado de conocimiento que tienes de los siguientes recursos (1=menor grado a 4= mayor grado)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Facebook	0 0%	78 26%	223 74%	0 0%	301
Twitter	37 12%	197 65%	67 22%	0 0%	301
Instagram	0 0%	185 61%	115 38%	1 0%	301
YouTube	0 0%	41 14%	196 65%	64 21%	301
Google	0 0%	4 1%	296 98%	1 0%	301
Editores de Blogs (Bogguer, Wordpress.)	37 12%	200 66%	64 21%	0 0%	301
Editores de páginas Web	189 63%	111 37%	1 0%	0 0%	301
<b>Total de respuestas</b>	263	816	962	66	

**Tabla 1:** Conocimiento recursos nuevas tecnologías  
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia



**Gráfico 6:** Conocimiento recursos nuevas tecnologías

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

En la UTI los alumnos encuestados sobre el conocimiento de los distintos recursos sociales nos encontramos con un 12%(263) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 39%(816) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 46%(962) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 3%(66) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito del análisis: Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales. Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial. Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI en su mayoría se encuentran en un nivel bajo sobre el conocimiento de los distintos recursos sociales en su dimensión tecnológica con un 51% siendo esta la suma del nivel bajo y regular según nuestra tabla de valoraciones, siendo esto perjudicial para su desarrollo en general ya que estas son herramientas del mundo en desarrollo.

**10. La frecuencia con que uso mi navegador habitual es (1=menor frecuencia a 4= mayor frecuencia)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Internet Explorer	0	185	116	0	301

	0%	61%	39%	0%	
Mozilla Firefox	0 0%	168 56%	116 39%	17 6%	301
Safari	301 100%	0 0%	0 0%	0 0%	301
Google Chrome	131 44%	153 51%	17 6%	0 0%	301
Opera	301 100%	0 0%	0 0%	0 0%	301
<b>Total de respuestas</b>	742	506	249	17	

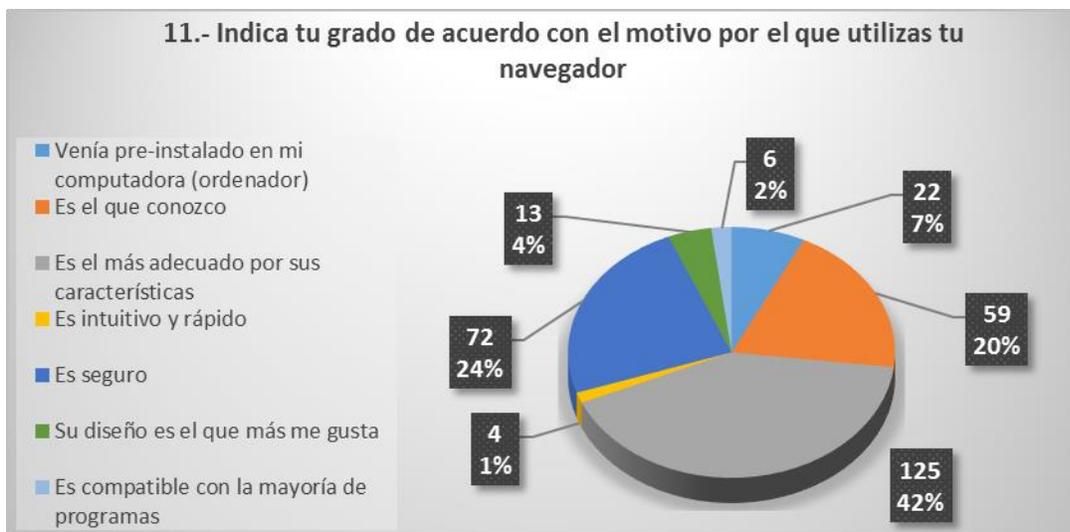
**Tabla 2:** Navegador habitual

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

"Ámbito de la expresión: Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Como podemos observar en la tabla en la UTI los navegadores que nunca escogen los alumnos son Safari y Opera los dos con un 100%(301) de alumnos con nivel bajo de conocimientos siendo esto correcto ya que dichos navegadores son los que menos herramientas ofrecen al usuario, con un nivel de conocimiento regular 51%(153) – bajo 44%(131) el navegador Google Chrome, y en su mayoría escogen Internet Explorer con un nivel de conocimiento regular del 61%(185) - con un nivel de conocimiento medio del 39%(116) y Mozilla Firefox con un nivel de conocimiento regular del 56%(168) - con un nivel de conocimiento medio del 39%(116), dando a entender que los navegadores más utilizados por los estudiantes son Explorer y Firefox ya que estos vienen siendo los navegadores que mejores herramientas ofrecen para el usuario.

### **11. Indica el motivo por el que utilizas tu navegador:**



**Gráfico 7: Motivo uso navegador habitual**

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

"Ámbito de la expresión: Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

El 7%(22) de los alumnos usa su navegador porque "Venía pre-instalado en su computadora", el 20%(59) de alumnos porque "Es el que conozco", el 42%(125) de alumnos porque "es el más adecuado por sus características", el 1%(4) de alumnos porque "Es intuitivo y rápido", el 24%(72) de alumnos porque "Es seguro", el 2%(6) de alumnos porque "Su diseño es el que más me gusta" y el 2%(6) de alumnos porque "es compatible con la mayoría de programas".

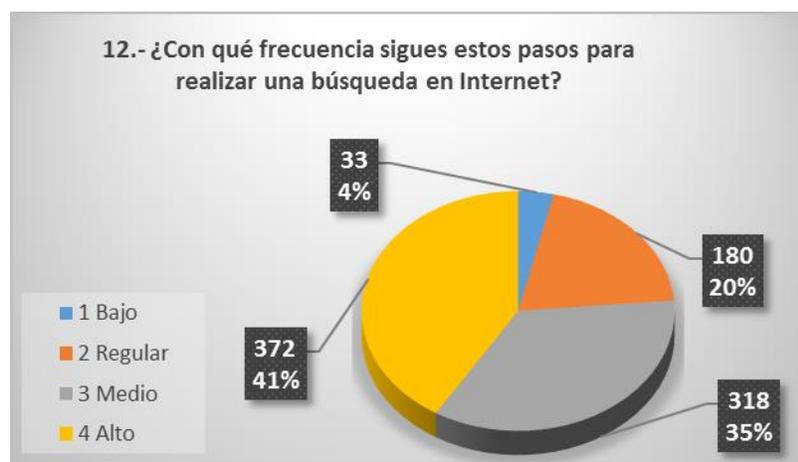
Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI utilizan su navegador porque "es el más adecuado por sus características", con esto podemos entender que los mismos tienen una "alta competencia" en esta pregunta sobre la dimensión tecnológica.

**12. ¿Con qué frecuencia sigues estos pasos para realizar una búsqueda en Internet?  
(1=menor frecuencia a 4= mayor frecuencia)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
. Escribo todas las palabras de la búsqueda en un buscador del tipo Google, ojeo los primeros resultados que me ofrece y selecciono el que creo más conveniente	9 3%	51 17%	89 30%	152 50%	301
. Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos y las herramientas disponibles, escojo los términos o palabras clave, evitando ambigüedades; utilizo más de una herramienta de búsqueda; y finalmente, comparo y evalúo la información hallada para seleccionar la que más se adapte a mis objetivos	7 2%	69 23%	115 38%	110 37%	301
. Decido dónde buscar, utilizando varios motores de búsqueda y haciendo una búsqueda en profundidad (no quedándome con los primeros resultados); evalúo las respuestas, viendo quién creó el sitio, quién escribe en él, fechas de actualización, comparando los resultados... Y, finalmente, selecciono la respuesta que más convenga a los objetivos de mi trabajo	17 6%	60 20%	114 38%	110 37%	301
<b>Total de respuestas</b>	33	180	318	372	

**Tabla 3:** Claves navegación buscadores

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia



**Gráfico 8:** Claves navegación buscadores

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

El 4%(33) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 20%(180) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 35%(318) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 41%(372) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un alto conocimiento tecnológico en cuanto a la búsqueda en los navegadores se refiere con un 41%(372) situados en el nivel alto, y también es de notar que son muy pocos los alumnos que tienen un bajo conocimiento 4%(33).

"La tecnología digital parece tener importantes implicaciones para el aprendizaje de los estudiantes. No obstante, estos cambios no se producirán automáticamente. El que se hagan realidad o no, dependerá obviamente hasta cierto punto de la tecnología misma: del diseño tanto de las máquinas como del software, y del hecho de que estos cambios produzcan los resultados que prometen" (Buckingham, 2005).

### 3.1.2.2 Dimensión de Lenguaje

En esta dimensión estudiaremos la capacidad de analizar los diferentes elementos, tales como: interpretar, analizar, comprender, y establecer la relación de los códigos del sistema lingüístico, lenguaje audiovisual y multimedia. Analizaremos las preguntas (Preguntas 13, 14, 22).

**13. Respecto a los mensajes de los medios, indica tu grado de acuerdo con estas afirmaciones (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Comprendo la información que transmiten las imágenes	9 3%	45 15%	177 59%	70 23%	301
Comprendo la información que transmiten las palabras	15 5%	28 9%	163 54%	95 32%	301
Comprendo la información que transmiten la música y los sonidos	10 3%	35 12%	181 60%	75 25%	301
Comprendo las relaciones que se establecen entre los diferentes lenguajes y códigos	13 4%	56 19%	150 50%	82 27%	301
<b>Total de respuestas</b>	47	164	671	322	

**Tabla 4:** Comprensión transmisión mensajes en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia



**Gráfico 9:** Comprensión transmisión mensajes en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia

El 4%(47) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 13%(164) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 56%(671) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 27%(322) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito del análisis: Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

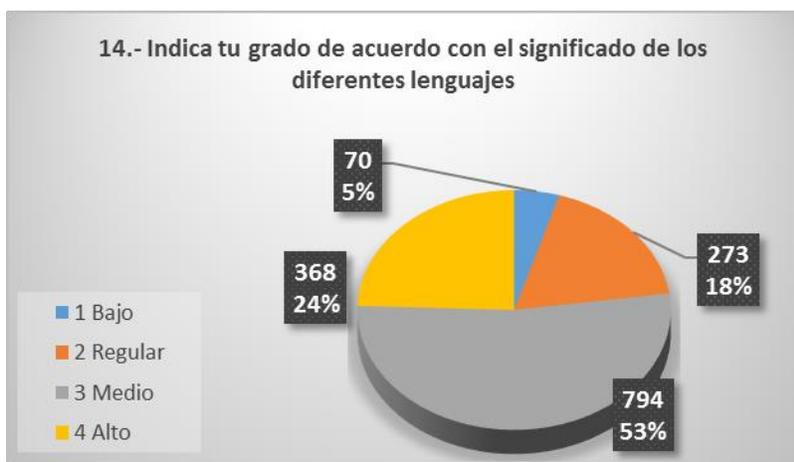
Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un medio entendimiento audiovisual con un 56% dentro de la dimensión del lenguaje, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

**14. Indica tu grado de acuerdo con el significado de los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en este fragmento de la película (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Los primeros planos de la protagonista muestran su estado emocional	13 4%	31 10%	183 61%	74 25%	301
Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal	22 7%	116 39%	134 45%	29 10%	301
La música potencia las emociones	12 4%	25 8%	164 54%	100 33%	301
El enfoque de la cámara subjetiva, cuando la protagonista dirige la mirada hacia las cortinas de la puerta, da mayor dramatismo a la escena	7 2%	40 13%	173 57%	81 27%	301
La música ambienta la época y el lugar de la acción.	16 5%	61 20%	140 47%	84 28%	301
<b>Total de respuestas</b>	<b>70</b>	<b>273</b>	<b>794</b>	<b>368</b>	

**Tabla 5:** Comprensión transmisión mensajes audiovisuales

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia



**Gráfico 10:** Comprensión transmisión mensajes audiovisuales

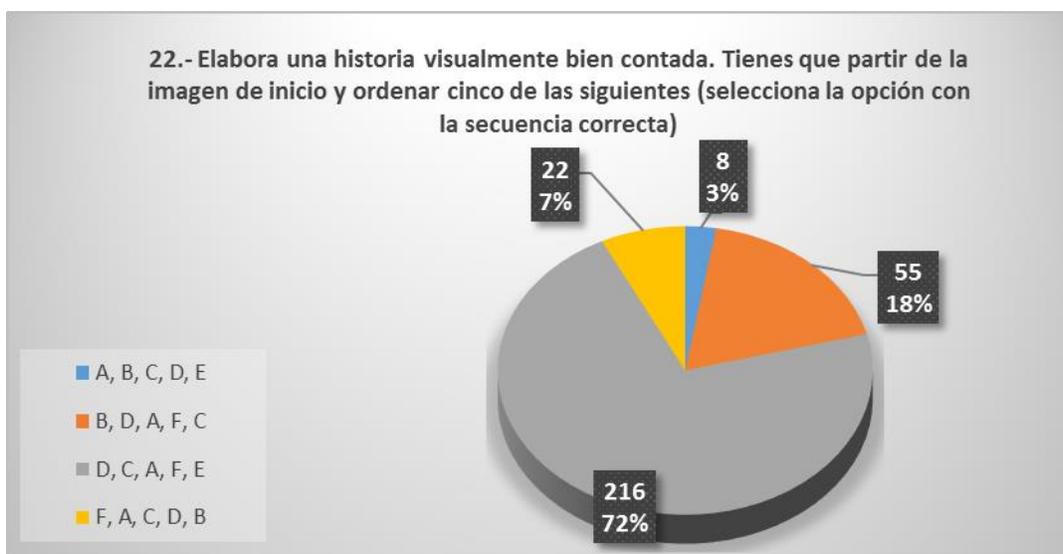
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 5%(70) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 18%(273) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 53%(794) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 24%(368) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Los medios de comunicación nos dicen lo que es importante con lo que señalan y con lo que pasan por alto, con lo que amplifican y con lo que se callan, pero también definen el modo en que procede examinar tales sucesos, y los marcos interpretativos que procede aplicar" (Masterman, 1984).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un medio entendimiento audiovisual con un 53% dentro de la dimensión del lenguaje, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

**22. Elabora una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen de inicio y ordenar cinco de las siguientes (selecciona la opción con la secuencia correcta)**



**Gráfico 11:** Comprensión secuencia mensajes audiovisuales

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 3%(8) de los alumnos tienen un conocimiento bajo, el 18%(55) de los alumnos se encasillan en regular, el 72%(216) de los alumnos en nivel medio y el 7%(22) de los alumnos en el nivel alto.

"Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un medio entendimiento audiovisual con un 72% dentro de la dimensión del lenguaje, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

### 3.1.2.3 Dimensión Ideología y valores

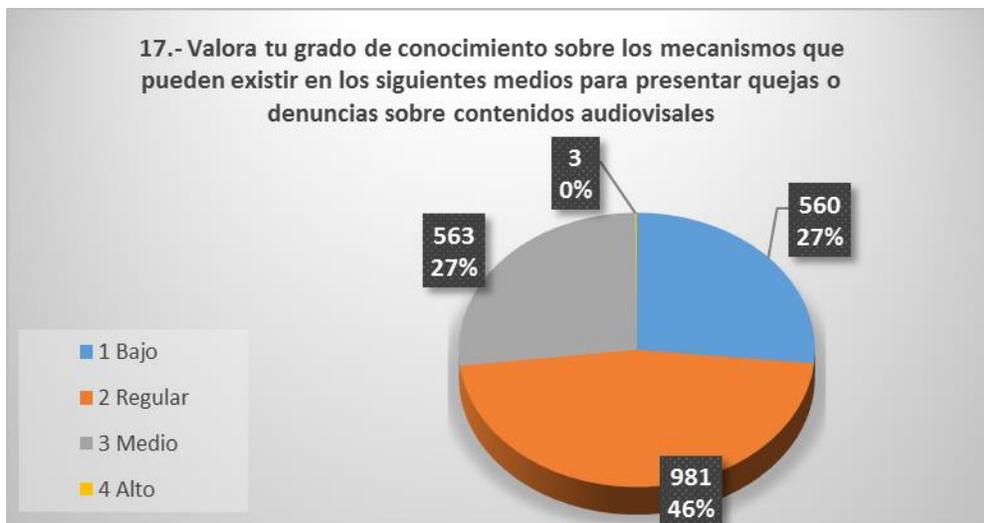
En esta dimensión analizaremos las habilidades de los alumnos para cuestionar o valorar información que se encuentran en los diferentes medios, las preguntas que analizaremos son: (Preguntas 17, 18, 19)

**17. Valora tu grado de conocimiento sobre los mecanismos que pueden existir en los siguientes medios para presentar quejas o denuncias sobre contenidos audiovisuales (1=menor grado de conocimiento a 4= mayor grado de conocimiento)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Facebook	0 0%	137 46%	161 53%	3 1%	301
Twitter	56 19%	242 80%	3 1%	0 0%	301
Instagram	81 27%	87 29%	133 44%	0 0%	301
YouTube	31 10%	140 47%	130 43%	0 0%	301
Google	137 46%	31 10%	133 44%	0 0%	301
Televisión	87 29%	214 71%	0 0%	0 0%	301
Radio	168 56%	130 43%	3 1%	0 0%	301
<b>Total de respuestas</b>	560	981	563	3	

**Tabla 6:** Conocimiento mecanismo quejas en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI      **Elaboración:** Propia



**Gráfico 12:** Conocimiento mecanismo quejas en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 27%(560) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 46%(981) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 27%(563) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 0%(3) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un bajo conocimiento sobre los mecanismos para presentar quejas de los diferentes medios con un 73% dentro de la dimensión ideológica y de valores, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

"Son los medios de comunicación y las relaciones con las nuevas fuentes de saber cada vez más dispersas, y no las escuelas ni los centros educativos tradicionales, los que se están convirtiendo en el ámbito privilegiado de la transmisión del saber actual y en los urdidores de esa nueva racionalidad social que bebe, sin duda, de muchas fuentes, pero sobre todo de una: del nuevo entramado industrial financiero que impulsa el consumismo" (Pérez, 2000).

**18. ¿En qué medida has utilizado los mecanismos para presentar quejas o denuncias de los siguientes medios? (1=menor grado de uso a 4= mayor grado de uso)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Facebook	0 0%	168 56%	133 44%	0 0%	301
Twitter	156 52%	145 48%	0 0%	0 0%	301
Instagram	0 0%	168 56%	133 44%	0 0%	301
YouTube	0 0%	168 56%	133 44%	0 0%	301
Google	156 52%	12 4%	133 44%	0 0%	301
Televisión	168 56%	133 44%	0 0%	0 0%	301
Radio	301 100%	0 0%	0 0%	0 0%	301
<b>Total de respuestas</b>	<b>781</b>	<b>794</b>	<b>532</b>	<b>0</b>	

**Tabla 7:** Uso mecanismo quejas en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI      **Elaboración:** Propia



**Gráfico 13:** Uso mecanismo quejas en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI      **Elaboración:** Propia

El 37%(781) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 38%(794) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 25%(532) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 0%(0) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito de la expresión: Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

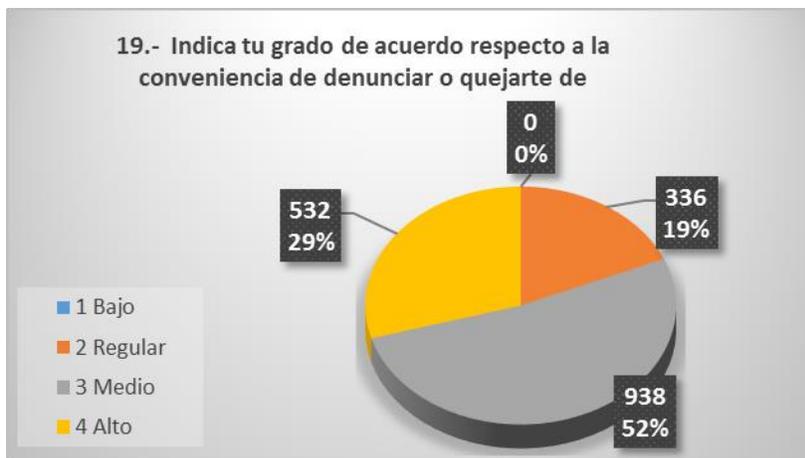
Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un bajo interés sobre la presentación de quejas o denuncias mediante los diferentes medios con un 75% dentro de la dimensión ideológica y de valores, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

**19 - Indica tu grado de acuerdo respecto a la conveniencia de denunciar o quejarte de (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Mal uso de la privacidad en las redes sociales	0 0%	63 21%	230 76%	8 3%	301
Suplantación de identidad en Internet	0 0%	105 35%	71 24%	125 42%	301
Falsedad de información en prensa, televisión o radio	0 0%	63 21%	105 35%	133 44%	301
Difusión de contenidos racistas, sexistas o xenófobos	0 0%	105 35%	188 62%	8 3%	301
Uso fraudulento de mis datos personales, bancarios o contraseñas	0 0%	0 0%	168 56%	133 44%	301
Uso fraudulento de los datos personales, bancarios o contraseñas de otras personas	0 0%	0 0%	176 58%	125 42%	301
<b>Total de respuestas</b>	0	336	938	532	

**Tabla 8:** Motivo uso quejas en medios

**Fuente:** Estudiantes UTI      **Elaboración:** Propia



**Gráfico 14:** Motivo uso quejas en medios  
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 0%(0) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 19%(336) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 52%(938) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 29%(532) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito del análisis: 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."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un mediano interés sobre la presentación de quejas o denuncias mediante los diferentes medios con un 52% dentro de la dimensión ideológica y de valores, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

#### 3.1.2.4 Dimensión proceso de producción y difusión

En esta dimensión se determina los conocimientos básicos sobre la producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión, se analizará las preguntas (Preguntas 9, 23)

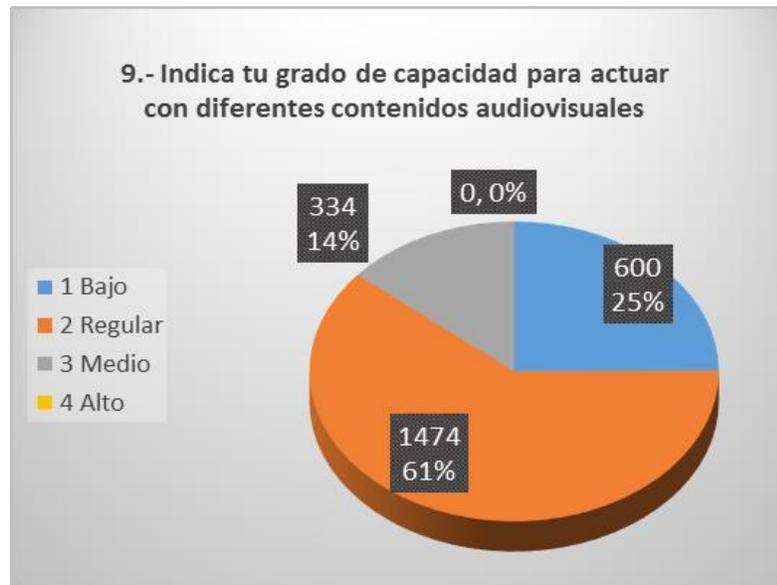
**9. Indica tu grado de capacidad para actuar con diferentes contenidos audiovisuales**

(1=menor grado a 4= mayor grado)

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Crear vídeos	100 33%	201 67%	0 0%	0 0%	301
Crear blogs	100 33%	201 67%	0 0%	0 0%	301
Editar imágenes	100 33%	68 23%	133 44%	0 0%	301
Compartir vídeos	0 0%	233 77%	68 23%	0 0%	301
Editar páginas web	100 33%	201 67%	0 0%	0 0%	301
Compartir imágenes	0 0%	168 56%	133 44%	0 0%	301
Crear entradas en Wikipedia	100 33%	201 67%	0 0%	0 0%	301
Crear y compartir mi canal de YouTube	100 33%	201 67%	0 0%	0 0%	301
<b>Total de respuestas</b>	<b>600</b>	<b>1474</b>	<b>334</b>	<b>0</b>	

**Tabla 9:** Capacidad actuar contenidos audiovisuales

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia



**Gráfico 15:** Capacidad actuar contenidos audiovisuales

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 25%(600) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 61%(1474) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 14%(334) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 0%(0) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Conocimientos básicos sobre los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un bajo capacidad para actuar con los diferentes contenidos audiovisuales con un 86% dentro de la dimensión proceso de producción y difusión, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

**23. Ordena los siguientes pasos para realizar un producto audiovisual (selecciona la opción con la secuencia correcta)**



**Gráfico 16:** Secuencia lógica producto audiovisual  
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 3%(8) de los alumnos tienen un conocimiento bajo, el 18%(55) de los alumnos se encasillan en regular, el 72%(216) de los alumnos en nivel medio y el 7%(22) de los alumnos en el nivel alto.

"Ámbito de la expresión: Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo. Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen una media capacidad para ordenar en forma lógica los diferentes procesos sobre los contenidos audiovisuales con un 72% dentro de la dimensión proceso de producción y difusión, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

### 3.1.2.5 Dimensión de la estética

A través de esta dimensión se analizará la capacidad de identificar los elementos artísticos y el nivel de sensibilidad para reconocer la calidad estética. Se analizarán las preguntas (Preguntas 15, 16)

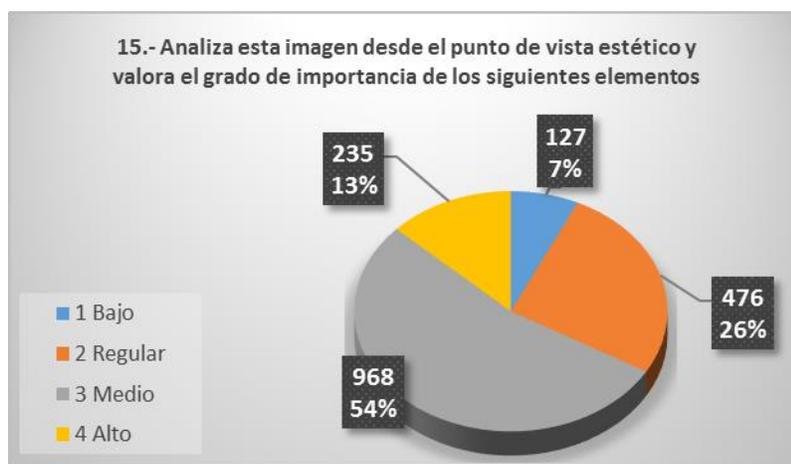
**15. Analiza esta imagen desde el punto de vista estético y valora el grado de importancia de los siguientes elementos (1=menor importancia a 4= mayor importancia)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
El efecto visual es agradable debido a la organización de los elementos	27 9%	92 31%	157 52%	25 8%	301
Los elementos son armónicos, y se destaca el objeto clave	14 5%	73 24%	156 52%	58 19%	301
Los colores son llamativos y dan sensación de movimiento	22 7%	96 32%	150 50%	33 11%	301
La gama de colores, el tamaño y la forma destacan contenidos importantes	15 5%	65 22%	180 60%	41 14%	301

Es fácil de leer y el color es agradable	28 9%	61 20%	169 56%	43 14%	301
Las imágenes y el texto están bien integrados y hace el diseño más atractivo	21 7%	89 30%	156 52%	35 12%	301
<b>Total de respuestas</b>	127	476	968	235	

**Tabla 10:** Análisis imagen desde punto estético

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia



**Gráfico 17:** Análisis imagen desde punto estético

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 7%(127) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 26%(476) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 54%(968) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 13%(235) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen una media capacidad para analizar y valorar desde el punto estético sobre los contenidos audiovisuales con un 54% dentro de la dimensión de la estética, situado en el nivel medio de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

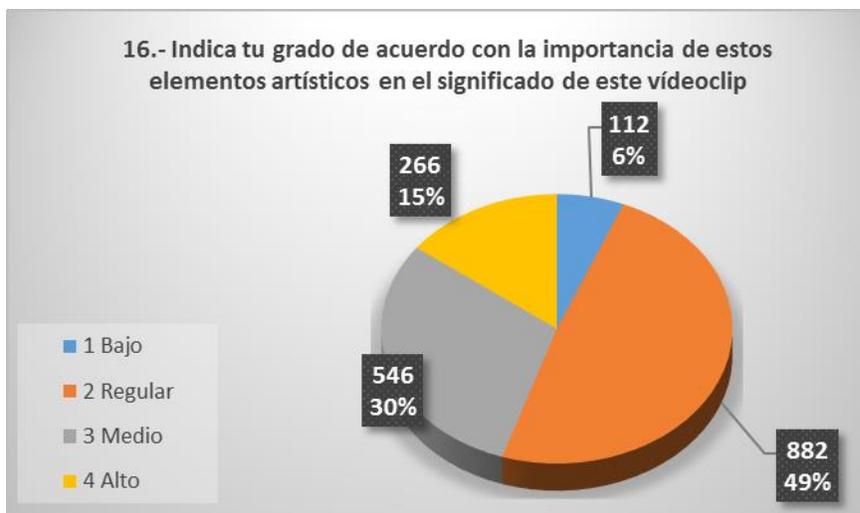
"Habrà que considerar insuficiente una educación mediática que no atienda a la dimensión emocional de las personas que interaccionan con las pantallas, porque hoy sabemos que la razón –y, en consecuencia, el espíritu crítico– es totalmente vulnerable

ante las acometidas de unas emociones que sean de signo contrario. La competencia mediática exige, pues, el desarrollo de una capacidad crítica respecto al propio espíritu crítico, porque, como consecuencia del predominio del cerebro emocional sobre el racional, resulta más ajustado a la realidad referirse al ser humano como un animal racionalizador que como un animal racional" (Ferrés & Piscitelli, 2012).

**16. Indica tu grado de acuerdo con la importancia de estos elementos artísticos en el significado de este videoclip (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

<b>SUB-PREGUNTAS</b>	<b>Bajo</b>	<b>Regular</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>	<b>Total Alumnos</b>
La letra de la canción es conocida	0 0%	56 19%	112 37%	133 44%	301
La historia es original/romántica	56 19%	112 37%	133 44%	0 0%	301
El traje es muy llamativo/envolvente	0 0%	189 63%	112 37%	0 0%	301
Los escenarios son atractivos	0 0%	112 37%	56 19%	133 44%	301
La edición de imágenes es innovadora	0 0%	168 56%	133 44%	0 0%	301
El uso de colores transmite sensaciones	56 19%	245 81%	0 0%	0 0%	301
<b>Total de las respuestas</b>	112	882	546	266	

**Tabla 11:** Grado importancia elementos artísticos  
**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia



**Gráfico 18:** Grado importancia elementos artísticos

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 6%(112) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 49%(882) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 30%(546) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 15%(266) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito del análisis: Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.

Ámbito de la expresión: Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen un bajo conocimiento para analizar y valorar desde el punto estético sobre los contenidos audiovisuales con un 55% dentro de la dimensión de la estética, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

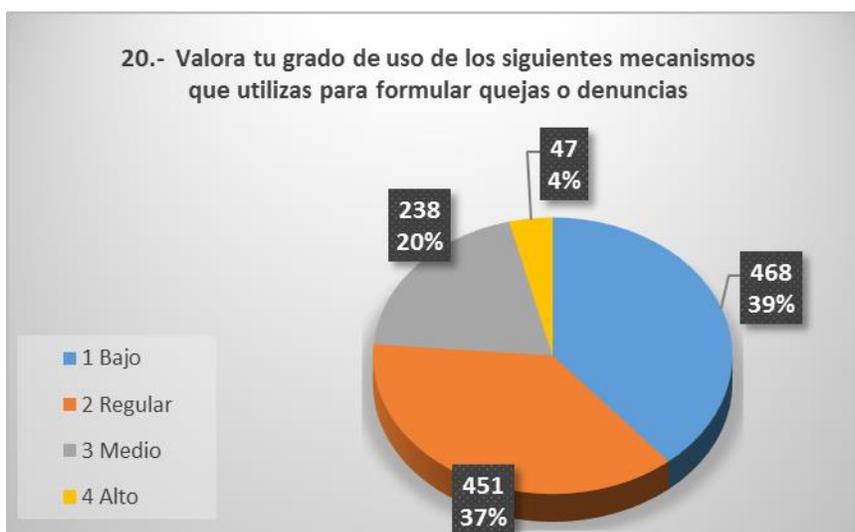
### 3.1.2.6 Dimensión proceso de interacción

En esta dimensión se conocerá como los estudiantes analizan los mensajes audiovisuales y como reflexionan al respecto de los que reciben de los medios de comunicación (Pregunta 20, 21).

**20 - Valora tu grado de uso de los siguientes mecanismos que utilizas para formular quejas o denuncias (1=menor uso a 4= mayor uso)**

SUB-PREGUNTAS	Bajo	Regular	Medio	Alto	Total Alumnos
Participar activamente en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos	168 56%	97 32%	32 11%	4 1%	301
Difundir a través de las redes sociales información relevante sobre los derechos de las personas	102 34%	130 43%	61 20%	8 3%	301
Dar "me gusta" a los comentarios que hacen los usuarios en diferentes espacios en la Web	68 23%	116 39%	91 30%	26 9%	301
Hacer sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos a través de correos electrónicos o redes sociales	130 43%	108 36%	54 18%	9 3%	301
<b>Total de respuestas</b>	<b>468</b>	<b>451</b>	<b>238</b>	<b>47</b>	

**Tabla 12:** Grado uso mecanismo formular quejas  
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia



**Gráfico 19:** Grado uso mecanismo formular quejas  
**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 39%(468) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 37%(451) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 20%(238) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 4%(47) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito de la expresión: Capacidad de interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales. 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."(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen una baja capacidad para valorar el grado de uso de los mecanismos que se utiliza para formular quejas o denuncias con un 76% dentro de la dimensión proceso de interacción, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

**21 - Valora tu participación en temas sociales y/o políticos (1=menor valor a 4=mayor valor)**

<b>SUB-PREGUNTAS</b>	<b>Bajo</b>	<b>Regular</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>	<b>Total Alumnos</b>
Colaboro con ONGs	117 39%	135 45%	39 13%	10 3%	301
Participo en debates sobre temas de interés político o social	117 39%	142 47%	39 13%	3 1%	301
Participo en concentraciones solidarias a través de las redes	114 38%	145 48%	37 12%	5 2%	301
<b>Total de respuestas</b>	<b>348</b>	<b>422</b>	<b>115</b>	<b>18</b>	

**Tabla 13:** Participación en temas sociales y/o políticos

**Fuente:** Estudiantes UTI    **Elaboración:** Propia



**Gráfico 20:** Participación en temas sociales y/o políticos

**Fuente:** Estudiantes UTI **Elaboración:** Propia

El 38%(348) de las respuestas totales marcan un conocimiento bajo, el 47%(422) de las respuestas totales marcan un conocimiento regular, el 13%(115) de las respuestas totales marcan un conocimiento medio y el 2%(18) de las respuestas totales marcan un conocimiento alto.

"Ámbito de la expresión: Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno. Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales. Capacidad de interactuar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales"(Ferrés y Piscitelli, 2012).

Con estos resultados se determina que los alumnos de la UTI tienen una baja capacidad para interactuar o de participación en temas políticos y sociales con un 85% dentro de la dimensión proceso de interacción, situado en el nivel bajo de acuerdo a nuestra tabla de valoraciones.

## **CONCLUSIONES:**

**1.-** Dimensión de la Tecnología - los estudiantes demuestran que los pocos conocimientos obtenidos sobre la dimensión tecnológica en cuanto a su uso y las diferentes herramientas que brindan, no ha provenido de los centros de estudios universitarios y colegiales.

**2.-** Dimensión de Lenguaje - los estudiantes se encuentran en un nivel medio con el 53% en cuanto al análisis, interpretación del lenguaje audiovisual, sus herramientas y los diferentes usos que las mismas ofrecen.

**3.-** Dimensión proceso de interacción - la capacidad de discernimiento, de interacción y de participación de los estudiantes en temas políticos, sociales es un tema que se encuentra abandonado tanto sea personalmente o mediante las redes sociales, no se encuentra un punto de involucramiento tomando en cuenta que sus intervenciones son tan importantes como la de profesionales o adultos.

**4.-** Dimensión proceso de producción y difusión- El nivel de competencia mediática en cuanto al conocimiento sobre los procesos lógicos en la producción de contenidos audiovisuales es bajo, así también el uso de las herramientas que ofrecen los diferentes recursos de difusión de las nuevas tecnologías.

**5.-** Dimensión Ideología y valores - el conocimiento y uso sobre los diferentes mecanismos para presentar quejas mediante los diversos recursos con los que cuentan las nuevas tecnologías es bajo, así también el interés por el motivo que los lleva a realizar en su momento una queja es

personal o curioso, mas no por la veracidad de los contenidos audiovisuales que transmiten los medios.

**6.-** Dimensión de la estética- los estudiantes demostraron un nivel medio con 54% en cuanto a la comprensión estética de la imagen presentada, mientras que en la interpretación estética del videoclip se demostró un nivel bajo con 55% en cuanto a la relación audiovisual que se analizó.

## RECOMENDACIONES

- 1.- El profundizar con los conocimientos sobre las nuevas herramientas tecnológicas desde los primeros niveles de educación es básico, ya que las mismas brindan una gran variedad de herramientas para el desarrollo profesional tanto como en el personal, manteniéndose a la vanguardia con las nuevas tecnologías y herramientas que la informática nos brinda.
- 2.- Agregar a su malla curricular una asignatura o talleres que fortalezcan la interpretación, análisis y valoración sobre el contenido audiovisual, que a su vez incentiven el correcto uso de las mismas, así también su curiosidad por indagar más allá de lo impartido, y que las mismas sirvan para el desarrollo interactivo de su profesionalización y así poder estar a la vanguardia de otros países.
- 3.- Fomentar el debate, la inclusión e interacción en temas de interés político, social, mediante las nuevas tecnologías, incentivándoles a formarse un criterio respetable de esta manera, haciendo uso correcto de las herramientas que las tecnologías nos brindan.
- 4.- Implementar el control periódico en cuanto al avance de los conocimientos en competencias mediáticas a los alumnos, de esta manera se podrá mejorar, y hacer uso de las nuevas herramientas tecnológicas y así aplicarlas correctamente en la educación y enseñanza de los alumnos.
- 5.- Educar a los alumnos mediante talleres o clases de debate en las que se trate la importancia sobre el tipo de información que es transmitida por los medios, en cuanto a su veracidad, interés

cultural y contenido prudente, incentivando a los mismos a crearse un criterio y exigir una información de calidad mediante las quejas o denuncias.

**6.-** Promover en las diferentes clases y asignaturas la enseñanza didáctica y analítica de los alumnos, implantando ejercicios, deberes, presentaciones, etc., usando las nuevas tecnologías para ayudarlos en su educación en comprensión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, M. (2012). Resumen, traducción y adaptación realizada a partir del texto original: Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., y Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Cambridge: The MIT Press.
- Aguaded, J. & Pérez, M. (2012). *Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. New approaches in educational research*.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Cassany, D., & Ayala, G. (2008). *Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. Participación educativa: revista del Consejo Escolar del Estado*.
- Ferres, J. y Piscitelli, A. (2012). *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. Comunicar.
- Gallego, J. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: Editorial Editex.
- García, F., Portillo, J., Romo, J., y Benito, M. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. In SPDECE.
- Gértrudix, F., Said, E., & Durán, J. (2016). *Alfabetización digital, competencias mediáticas y Open Data/Digital Literacy, Media Literacy and Open Data*. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-RELATEC*.

- Gozálvéz, V., García, R., y Aguaded, J. (2014). La formación en competencias mediáticas: Una cuestión de responsabilidad ética en educación superior.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Marín, I., Rivera, D., y Celly, S. (2014). Estudio sobre formación en competencia audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador. Cuadernos.
- Masterman, L. (2010). La enseñanza de los medios de comunicación (Vol. 1). Ediciones de la Torre.
- Moreira, M. (2002) Sociedad de la información, tecnologías digitales y educación. Web docente de Tecnología Educativa. Universidad de La Laguna.
- Muñoz, M. (2001): Educar en la sociedad de la información. Bilbao: Descleé de Brouwer.
- Orihuela, J. (2006). La Revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente. Madrid: Editorial La Esfera de los Libros.
- Pérez, J. (2000). Las escuelas y la enseñanza en la sociedad de la Información. Barcelona: Editorial Paidós.
- Pérez, M. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores/From Digital and Audiovisual Competence to Media Competence: Dimensions and indicators. Comunicar.
- Prensky, M. (2010). Nativos e inmigrantes digitales. Distribuidora SEK.

- Salinas, M. (2011). Entornos virtuales de aprendizaje en la escuela: tipos, modelo didáctico y rol del docente. Universidad Católica de Argentina.
  
- Sanchez, C. & Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes.

## **ANEXOS**

## **1- Anexo. Cuestionario**

### **1. Sexo**

Masculino Femenino

### **2. Edad**

17 18 19 20 21 +21

### **3. País**

Ecuador

#### **3.1. Provincia**

Pichincha

### **4. Tipo de institución educativa**

Privada/particular Pública

#### **4.1 Nombre de la institución**

Universidad Indoamérica

### **5. Nivel académico que cursas actualmente**

1er año 2do año 3er año 4to año 5to año

### **6. ¿Cómo valoras tu nivel de conocimiento en el manejo de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación?**

Bajo Medio Alto

**7. Los conocimientos en medios de comunicación y tecnologías los he adquirido a través de  
(puedes elegir varias opciones)**

Autodidacta

Ayuda de compañeros o amigos

Conferencias

Talleres / Congresos

Cursos específicos

En mis estudios preuniversitarios

En mis estudios universitarios

**8. Indica el grado de conocimiento que tienes de los siguientes recursos (1=menor grado a  
4= mayor grado)**

Facebook 1 2 3 4

Google 1 2 3 4

Twitter 1 2 3 4

Editores de Blogs (Blogger, Wordpress...) 1 2 3 4

Instagram 1 2 3 4

Editores de páginas Web 1 2 3 4

YouTube 1 2 3 4

**9. Indica tu grado de capacidad para actuar con diferentes contenidos audiovisuales**

**(1=menor grado a 4= mayor grado)**

Crear vídeos 1 2 3 4

Compartir imágenes 1 2 3 4

Crear blogs 1 2 3 4

Crear entradas en Wikipedia 1 2 3 4

Editar imágenes 1 2 3 4

Crear y compartir mi canal de YouTube 1 2 3 4

Compartir vídeos 1 2 3 4

Editar páginas web 1 2 3 4

**10. La frecuencia con que uso mi navegador habitual es (1=menor frecuencia a 4= mayor frecuencia)**

Internet Explorer 1 2 3 4

Google Chrome 1 2 3 4

Mozilla Firefox 1 2 3 4

Opera 1 2 3 4

Safari 1 2 3 4

**11. Indica el motivo por el que utilizas tu navegador**

Venía pre-instalado en mi computadora (ordenador)

Es seguro

Es el que conozco

Su diseño es el que más me gusta

Es el más adecuado por sus características

Es compatible con la mayoría de programas

Es intuitivo y rápido

**12. ¿Con qué frecuencia sigues estos pasos para realizar una búsqueda en Internet?**

**(1=menor frecuencia a 4= mayor frecuencia)**

- Escribo todas las palabras de la búsqueda en mi buscador, reviso los primeros resultados y selecciono la respuesta que considero adecuada 1 2 3 4

- Planifico la búsqueda teniendo en cuenta mis objetivos; elijo una herramienta de búsqueda; escojo las palabras clave; comparo y evalúo la información para seleccionar la que considero adecuada 1 2 3 4

- Decido dónde buscar utilizando varios navegadores realizando una búsqueda en profundidad (más allá de los primeros resultados); evalúo las respuestas desde diferentes criterios (autoría del sitio, fechas de actualización...); comparo resultados y, finalmente, selecciono la respuesta que considero adecuada 1 2 3 4

**13. Respecto a los mensajes de los medios, indica tu grado de acuerdo con estas afirmaciones (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

Comprendo la información que transmiten las imágenes 1 2 3 4

Comprendo la información que transmiten las palabras 1 2 3 4

Comprendo la información que transmiten la música y los sonidos 1 2 3 4

Comprendo las relaciones que se establecen entre los diferentes lenguajes y códigos para producir significados 1 2 3 4

**14. Indica tu grado de acuerdo con el significado de los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en este fragmento de la película (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

-Los primeros planos de la protagonista muestran su estado emocional. 1 2 3 4

-Los colores cálidos reflejan la tristeza del personaje principal. 1 2 3 4

-La música potencia las emociones. 1 2 3 4

-El enfoque de la cámara subjetiva, cuando la protagonista dirige la mirada hacia las cortinas de la puerta, da mayor dramatismo a la escena. 1 2 3 4

-La música ambienta la época y el lugar de la acción. 1 2 3 4

**15. Analiza esta imagen desde el punto de vista estético y valora el grado de importancia de los siguientes elementos (1=menor importancia a 4= mayor importancia)**

El efecto visual es agradable debido a la organización de los elementos 1 2 3 4

Los elementos son armónicos, y se destaca el objeto clave 1 2 3 4

Los colores son llamativos y dan sensación de movimiento 1 2 3 4

La gama de colores, el tamaño y la forma destacan contenidos importantes 1 2 3 4

Es fácil de leer y el color es agradable 1 2 3 4

Las imágenes y el texto están bien integrados y hace el diseño más atractivo 1 2 3 4

**16. Indica tu grado de acuerdo con la importancia de estos elementos artísticos en el significado de este videoclip (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

La letra de la canción es conocida 1 2 3 4

La historia es original/romántica 1 2 3 4

El traje es muy llamativo/envolvente 1 2 3 4

Los escenarios son atractivos 1 2 3 4

La edición de imágenes es innovadora 1 2 3 4

El uso de colores transmite sensaciones 1 2 3 4

**17. Valora tu grado de conocimiento sobre los mecanismos que pueden existir en los siguientes medios para presentar quejas o denuncias sobre contenidos audiovisuales (1=menor grado de conocimiento a 4= mayor grado de conocimiento)**

Facebook 1 2 3 4 Twitter 1 2 3 4

Instagram 1 2 3 4 YouTube 1 2 3 4

Google 1 2 3 4 Televisión 1 2 3 4

Radio 1 2 3 4

**18. ¿En qué medida has utilizado los mecanismos para presentar quejas o denuncias de los siguientes medios? (1=menor grado de uso a 4= mayor grado de uso)**

Facebook 1 2 3 4

Twitter 1 2 3 4

Instagram 1 2 3 4

YouTube 1 2 3 4

Google 1 2 3 4

Televisión 1 2 3 4

Radio 1 2 3 4

**19 - Indica tu grado de acuerdo respecto a la conveniencia de denunciar o quejarte de (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo)**

Mal uso de la privacidad en las redes sociales 1 2 3 4

Suplantación de identidad en Internet 1 2 3 4

Falsedad de información en prensa, televisión o radio 1 2 3 4

Difusión de contenidos racistas, sexistas o xenófobos 1 2 3 4

Uso fraudulento de mis datos personales, bancarios o contraseñas 1 2 3 4

Uso fraudulento de los datos personales, bancarios o contraseñas de otras personas 1 2 3 4

**20 - Valora tu grado de uso de los siguientes mecanismos que utilizas para formular quejas o denuncias (1=menor uso a 4= mayor uso)**

Participar activamente en foros organizados para la discusión de temas importantes para los ciudadanos 1 2 3 4

Difundir a través de las redes sociales información relevante sobre los derechos de las personas 1  
2 3 4

Dar "me gusta" a los comentarios que hacen los usuarios en diferentes espacios en la Web 1 2 3 4

Hacer sugerencias a los responsables de determinados temas sociales/políticos a través de correos electrónicos o redes sociales 1 2 3 4

**21 - Valora tu participación en temas sociales y/o políticos (1=menor valor a 4=mayor valor)**

Colaboro con ONGs 1 2 3 4

Participo en debates sobre temas de interés político o social 1 2 3 4

Participo en concentraciones solidarias a través de las redes 1 2 3 4

**22. Elabora una historia visualmente bien contada. Tienes que partir de la imagen de inicio y ordenar cinco de las siguientes (selecciona la opción con la secuencia correcta)**

- A, B, C, D, E

- B, D, A, F, C

- D, C, A, F, E

- F, A, C, D, B

**23. Ordena los siguientes pasos para realizar un producto audiovisual (selecciona la opción con la secuencia correcta)**

- A, B, C, D

- B, D, A, C

- C, B, D, A

- D, B, A, C

## 2- Anexo. Fotografías

