

## CAPÍTULO VI

# ¿APRENDO SOLO O ACOMPAÑADO? COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN ECUADOR.

**Isidro Marín-Gutiérrez**

*Universidad Técnica Particular de Loja*

**Andrea Velásquez Benavides**

*Universidad Técnica Particular de Loja*

**Catalina Mier Sanmartín**

*Universidad Técnica Particular de Loja*

### Resumen

Los resultados de la investigación “Competencias mediáticas en jóvenes y educadores de las Universidades de la ciudad de Loja” (Ecuador), miden el grado de competencias mediáticas y uso de nuevas tecnologías digitales en estudiantes de las Universidades de Loja (Ecuador). El conocimiento sobre competencias mediáticas es una tarea responsable tanto para docentes como alumnos. Las horas que permanecen delante de las pantallas obligan a pensar la necesidad de compartir y mejorar la educación mediática en las aulas universitarias.

La investigación que se planteó fue de tipo cuantitativo. Se realizaron encuestas a una muestra significativa de estudiantes de las tres universidades de Loja, con el objetivo de recabar información que nos permitió conocer la realidad y dimensión de competencias mediáticas utilizadas por los encuestados en el uso de las TIC. El diseño metodológico tuvo en cuenta información recolectada de la población estudiantil perteneciente a las Universidades de Loja (Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Nacional de Loja y Universidad Internacional). La muestra es de 1.157 encuestas aplicadas a estudiantes, de edades correspondientes entre los 17 y 21 años.

**Palabras clave:** Competencias mediáticas, audiovisuales, Ecuador, Universidades, TICs, comunicación.

### 1. Introducción

En la actualidad la sociedad está generando nuevas formas de conocimiento e información, mediante los medios digitales, la cultura audiovisual y el desarrollo de Internet. La importancia de la presente investigación radica en el vínculo existente entre la comunicación y la educación. Nos permitirá conocer cómo educar mediante los medios de comunicación (Marín Gutiérrez et al., 2014).

La universidad al igual que cualquier ámbito social, evoluciona constantemente por factores tecnológicos. Además tiene influencia en qué es lo que ocurre en el mercado laboral. Las universidades están por la formación integral de su alumnado que en cierto grado responde a los intereses de las empresas y es así que la mayor parte de las decisiones están encaminadas a ello. Uno de los cambios actuales en la universidad es la evaluación por competencias fomentado por organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Las competencias aparecieron en el ámbito empresarial y luego se aplicó en el mundo académico (Aguaded et al., 2015).

Desde el nacimiento de Internet las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han tenido un desarrollo vertiginoso. Actualmente una gran proporción de población mundial tiene acceso a ellas a través de dispositivos como los teléfonos móviles, tabletas u ordenadores (Hinojosa Becerra et al., 2015). Esto ha sucedido en todos los ámbitos de la vida cotidiana tanto en instituciones y empresas en donde ven a las TIC como una herramienta para mejorar el servicio prestado a la ciudadanía, mejorar la rentabilidad de los negocios, prestar servicios a la comunidad y procurar un mejor nivel de calidad en el ámbito académico.

En las universidades es fundamental el manejo de las TIC dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje, pero su inclusión no presupone que la institución esté efectuando procesos de flexibilización en la enseñanza (Salinas-Herrera, 2004). Tampoco se tiene en cuenta la formación en TIC ya que los estudiantes entran en la institución con una formación que los antecede y que aparentemente les ha desarrollado las competencias necesarias para aplicar a la formación específica que han seleccionado.

La relación entre los medios de comunicación y la educación se modifica cuando los límites de los medios tradicionales se difuminan y los usuarios determinan nuevas maneras de relacionarse con la tecnología. En este panorama surgen preguntas que orientan el presente estudio:

- ¿Poseen los estudiantes de las universidades de Loja (Ecuador) las competencias mediáticas necesarias para efectuar un buen uso de las TIC?
- ¿Son analíticos con la información que consultan?
- ¿Interactúan con los medios y exponen sus opiniones?
- ¿Comparten información con la comunidad o las personas que les rodean?

Este trabajo se sustenta en los conceptos de Ferrés y Piscitelli (2012) en cuanto a las dimensiones e indicadores de medición de las competencias mediáticas, particularmente en los estudiantes de las tres universidades de Loja (Ecuador). Para este capítulo de libro se analiza la influencia de las TIC

en el proceso educativo, la definición de las competencias mediáticas y la inclusión de las dimensiones e indicadores mencionados anteriormente.

La adquisición de competencias nace de la necesidad de formar estudiantes en contextos generales de aprendizaje, con gran dominio tecnológico y con capacidades de pensamiento crítico. Para la UNESCO las competencias son un principio organizador del currículo. La intención es dejar atrás la idea de que el currículum se lleva a cabo cuando los estudiantes reproducen el conocimiento teórico y memorizan hechos, a trascender los saberes que se dan en las aulas al desarrollo de habilidades de adaptación en diversas situaciones cotidianas, laborales y profesionales (Sabán, 2009). El concepto "competencia" nos envía a significaciones de saberes específicos con acciones integradoras, "la competencia es la capacidad final que tiene un sujeto no sólo de hacer uso de todas las capacidades y recursos disponibles en su entorno, incluidas sus propias capacidades, las adquiridas y las innatas, sino la capacidad de hacer sinergia de todas ellas para abordar situaciones-problema; por eso la competencia se mide en la acción concreta" (Marco Stiefel, 2008:19).

La competencia no sólo está limitada a los saberes obtenidos en espacios escolares, sino a los procesos de mediación de manera global. Philippe Perrenoud (2004) explica esto como la movilidad de conocimientos para la construcción de procesos socioeducativos útiles en situaciones complejas de los sujetos, ubicando tres niveles de operativos: la transferencia de los aprendizajes, la movilización de los conocimientos y la actuación ante problemas del mercado laboral y la vida diaria.

La UNESCO marcó los primeros intentos por conceptualizar y proponer el uso de los medios de comunicación con fines educativos durante los años ochenta del siglo XX. Pero es a comienzos del milenio cuando se generaron las líneas de acción sobre la competencia mediática (entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas, conocer las condiciones bajo las cuales los medios de comunicación cumplen sus funciones, evaluar de manera crítica el contenido mediático, comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática y revisar las destrezas prosumidoras) (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, & Cheung, 2011).

La competencia mediática nos lleva al dominio de conocimientos, destrezas y actitudes que están relacionados con seis dimensiones básicas: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores y estética. Esto tiene que ver con el ámbito de participación de cómo los individuos reciben mensajes e interactúan con ellos (Feres & Piscitelli, 2012).

Es la información una de las materias primas fundamentales en los procesos educativos de hoy día. Pero a pesar de que vivimos en una etapa fascinante, el acceso y uso de las TICs no son siempre favorecedores para todos. Existen algunos riesgos que deben asumirse como parte del proceso. Uno de ellos es la manipulación mediática. Lo que Bourdieu (1996) llama el peligro de los líderes de opinión, puesto que los comunicadores le dicen a las audiencias qué pensar, cómo hacerlo o incluso desde qué postura. Chomsky y Ramonet (2008) advierten la distracción mediática como elemento de control social al desviar la atención del público de los problemas relevantes con la infoxicación. Otro riesgo es lo que William Jones (1996) llama el “triumfo de la tecnología”, donde la humanidad queda abstraída por el sueño de sustituir al hombre por la máquina.

No pensemos que somos audiencias pasivas. Gracias a la educomunicación las competencias mediáticas se convierten en un proceso integrador que, mediante la alfabetización audiovisual, ayuda a la persona para leer crítica y reflexivamente las tecnologías y sus formatos narrativos. Las competencias mediáticas deben generar: conocimientos, destrezas y actitudes.

La competencia mediática debe desarrollar en las personas capacidades para usar herramientas tecnológicas como recursos amplios para pensar de manera crítica y resolver problemas. Lo que esperamos es que las universidades entiendan esta filosofía pedagógica dentro de sus metodologías de trabajo. Las competencias mediáticas tienen como fin último ofrecer al alumnado de los elementos que le permitan poseer conciencia de sí mismo y de su contexto social, gracias a la adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que contribuyan al desarrollo personal, del pensamiento creativo y crítico, de comunicación oral, escrita y lectora, al desarrollo emprendedor y de investigación, así como el manejo de las TICs.

El objetivo de la educación mediática es formar ciudadanos con capacidades de pensamiento crítico y de análisis de la información de los medios de comunicación. Con el fin de intercambiar conocimiento con otras personas utilizando diversos tipos de lenguajes. Ferrés y Piscitelli (2012: 77), desarrollaron una propuesta de dimensiones que sometieron a revisión de cincuenta investigadores a nivel mundial, dando como resultado un documento el cual utilizaron para llevar a cabo un estudio macro en España. Este mismo diseño hemos utilizado para nuestra investigación. Los indicadores fueron flexibles a nuestro entorno social y adaptado a nuestro contexto educativo en función de las condiciones culturales y de edad de nuestros participantes. Las dimensiones analizadas fueron de lenguaje, tecnología, de procesos de interacción, de procesos de producción y difusión, de ideologías y de valores y de estética (Ferrés & Piscitelli, 2012: 79).

## **2. Metodología**

Esta investigación tiene como objetivo estudiar la competencia mediática, referida al uso de herramientas tecnológicas en procesos de significación educativa.

La investigación que se plantea será de tipo cuantitativo, se realizaron encuestas a una muestra significativa de estudiantes de las tres universidades de Loja, con el objetivo de recabar información que permita conocer la realidad y dimensión de competencias mediáticas utilizadas por los encuestados y el uso de las TIC.

El diseño metodológico tenía en cuenta información recolectada de la población estudiantil perteneciente a las Universidades de Loja, que suman un total de tres instituciones, la muestra correspondiente con un error de confianza del  $\pm 3\%$ .

Los cuestionarios se utilizaron como herramienta principal dado que lo que se pretendía describir el fenómeno de la competencia mediática en los universitarios, pretendiendo conocer cómo utilizan las TIC. El cuestionario, como método de investigación, es capaz de dar respuesta a problemas, tanto en términos descriptivos como de relación de variables, con la finalidad última de describir las condiciones de una realidad, identificar normas y patrones de condiciones y acciones y determinar relaciones entre acontecimientos (Marín et al., 2016).

Para el caso de los cuestionarios utilizados, se tomaron del modelo empleado en el estudio realizado en España por la Universidad de Huelva que ha sido ampliamente validado y se adaptó para las universidades de Loja teniendo en cuenta la idiosincrasia, la población, la edad, el género, el estado civil, el programa que cursa actualmente, el semestre en el cual se encuentra entre otras.

Una vez consultada la literatura sobre competencia mediática y recolectar diversas fuentes primarias, se inició con un estudio exploratorio en las universidades de Loja, para conocer la forma como la Competencia Mediática se presenta en estudiantes universitarios.

El análisis se hace de manera descriptiva, bajo la lógica de los estudios transversales, ya que se examina un grupo de estudiantes en curso 2015-2016. Se tomó una muestra no probabilística intencional por cuotas, buscando un equilibrio entre el programa cursado o el área de conocimiento. De acuerdo a Corbetta (2010) una muestra no probabilística intencional por cuotas es posible cuando se conoce la población y se busca representación manifiesta donde las variables de análisis permiten una distribución conocida. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado.

### 3. Resultados y análisis de las encuestas aplicadas en las Universidades de la ciudad de Loja

Se contó con la participación de las tres Universidades de la ciudad de Loja:

- Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)
- Universidad Nacional de Loja (UNL)
- Universidad Internacional (UIDE)

Para el análisis final se tomó en cuenta 1.157 encuestas aplicadas a estudiantes, de edades correspondientes entre los 17 y 21 años. Se presentan los resultados en tablas y gráficos que permiten diferenciar la distribución de la población de estudio.

### 4. Resultados y análisis de las encuestas aplicadas en las Universidades de la ciudad de Loja- Estudiantes

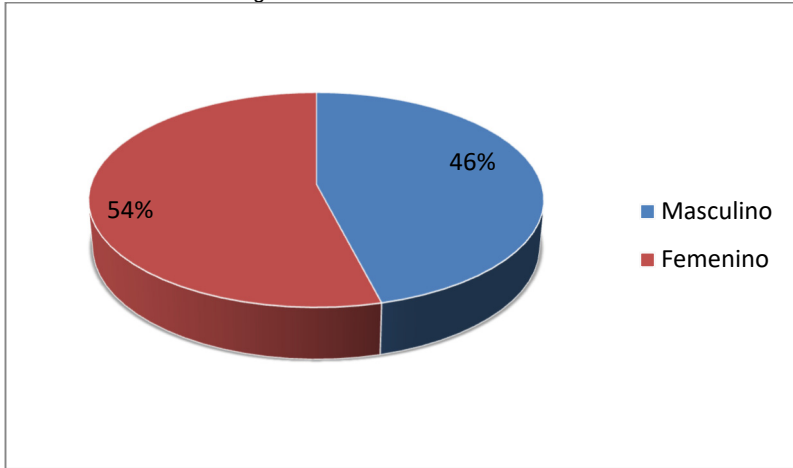
Se aplicaron 1.157 encuestas a los estudiantes de las tres universidades de la ciudad de Loja.

Tabla 1. Género de los estudiantes

	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Universidad Técnica Particular de Loja	218	219	437
	50%	50%	100%
Universidad Nacional de Loja	153	207	360
	43%	58%	100%
Universidad Internacional	165	195	360
	46%	54%	100%
Total	536	621	1.157
	46%	54%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Género de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia.

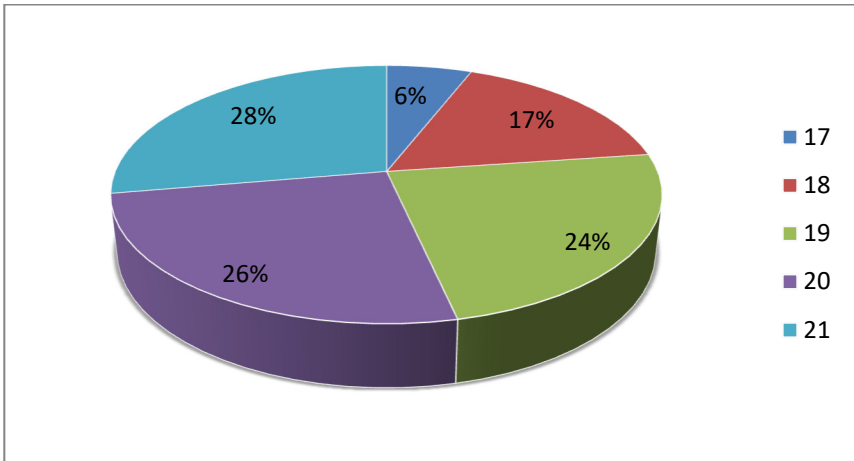
En el total de estudiantes encuestados existe una ligera diferencia, puesto que el 54% corresponden al género femenino y el 46% al género masculino.

Tabla 2. Edad de los estudiantes de las universidades de Loja

	Edad					Total
	17	18	19	20	21	
Universidad Técnica Particular de Loja	39	86	80	90	142	437
	9%	20%	18%	21%	32%	100%
Universidad Nacional de Loja	4	44	85	119	108	360
	1%	12%	24%	33%	30%	100%
Universidad Internacional	24	61	112	92	71	360
	7%	17%	31%	26%	20%	100%
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>191</b>	<b>277</b>	<b>301</b>	<b>321</b>	<b>1.157</b>
	<b>6%</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Datos identificativos edades de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia.

Los encuestados cursan los primeros ciclos del nivel universitario. Por lo que su edad oscila entre los 17 y 21 años. El 28% corresponde a alumnos de 21 años, el 26% a 20 años, el 24% a 19 años, el 17% a 18 años y solo el 6% a estudiantes de 17 años de edad.

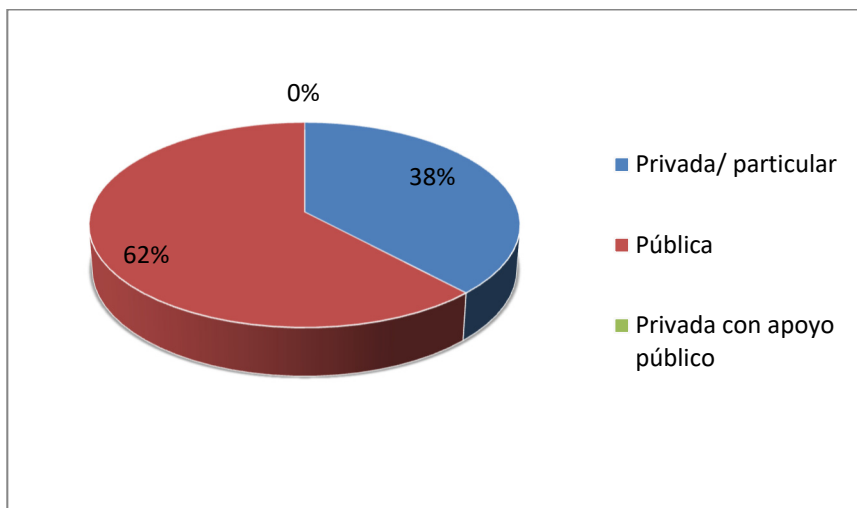
Tabla 3. Datos del tipo de centro educativo

	Tipo de centro educativo			Total
	Privada/ particular	Pública	Privada con apoyo público	
Universidad Técnica Particular de Loja	437	0	0	437
	100%	0%	0%	100%
Universidad Nacional de Loja	0	360	0	360
	0%	100%	0%	100%
Universidad Internacional	0	360	0	360
	0%	100%	0%	100%
<b>Total</b>	<b>437</b>	<b>720</b>	<b>0</b>	<b>1157</b>
	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.



Figura 3. Datos del tipo de centro educativo



Fuente: Elaboración propia.

Los datos levantados en este estudio corresponden a las tres universidades de la ciudad de Loja, se entenderá a continuación que existe una institución privada (la Universidad Técnica Particular de Loja) y dos universidades públicas (la Universidad Nacional de Loja y Universidad Internacional). Se evidencia que en la ciudad no existen instituciones de educación superior privadas con apoyo público.

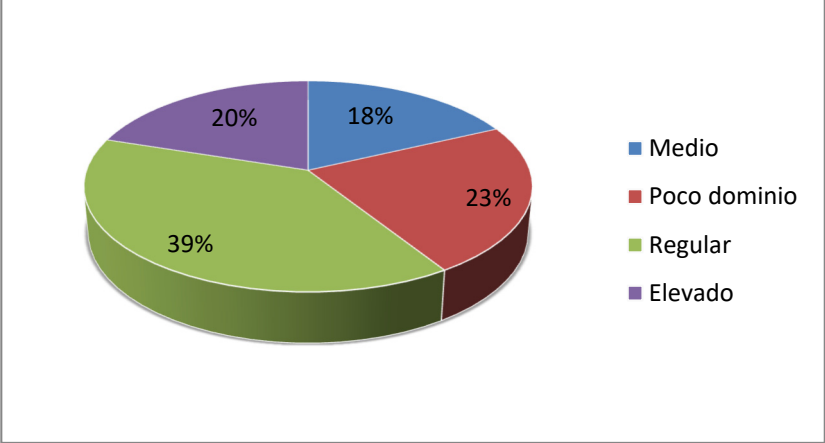
Tabla 4. ¿Qué grado de conocimiento crees que posees en el manejo de nuevas tecnologías?

	¿Qué grado de conocimiento crees que posees en el manejo de nuevas tecnologías?				Total
	Medio	Poco dominio	Regular	Elevado	
Universidad Técnica Particular de Loja	124	46	216	51	437
	28%	11%	49%	12%	100%
Universidad Nacional de Loja	69	161	102	28	360
	19%	45%	28%	8%	100%
Universidad Internacional	15	63	131	151	360
	4%	18%	36%	42%	100%
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>270</b>	<b>449</b>	<b>230</b>	<b>1.157</b>
	<b>18%</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar grandes diferencias entre los estudiantes universitarios de las diferentes universidades de la ciudad. Mientras que los estudiantes de la Universidad Internacional afirman que tienen un elevado conocimiento en el manejo de TICs los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja afirman tener principalmente poco dominio. A su vez los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja afirman tener principalmente regulares conocimientos en TICs.

Figura 4. Grado de conocimiento que poseen en el manejo de nuevas tecnologías



Fuente: Elaboración propia.

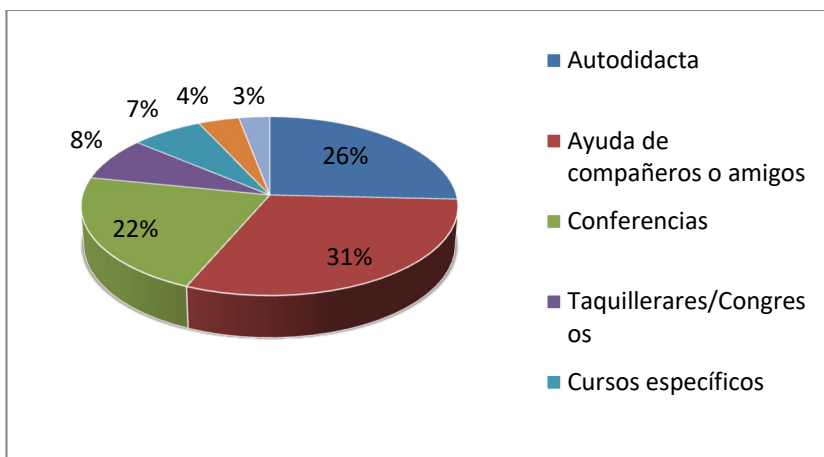
Al preguntar el grado de conocimientos que poseen los estudiantes en cuanto al manejo de nuevas tecnologías y educación mediática, podemos definir un mediano nivel; al ser el 39% de estudiantes quienes aseguran tener un regular manejo. Seguido del 23% con poco dominio, a continuación el 20% tienen elevado grado de competencias y finalmente el 18% demuestra un medio manejo de nuevas tecnologías.

Tabla 5. Los conocimientos en comunicación audiovisual los ha adquirido por:

	Los conocimientos en comunicación audiovisual los he adquirido por:							Total
	Autodidacta	Ayuda de compañeros o amigos	Conferencias	Talleres/Congresos	Cursos específicos	No tengo conocimiento	Otro	
Universidad Técnica Particular de Loja	202	99	50	11	33	22	20	437
	46%	23%	11%	3%	8%	5%	5%	100%
Universidad Nacional de Loja	76	154	74	13	21	16	6	360
	21%	43%	21%	4%	6%	4%	2%	100%
Universidad Internacional	21	101	134	66	25	7	6	360
	6%	28%	37%	18%	7%	2%	2%	100%
<b>Total</b>	<b>299</b>	<b>354</b>	<b>258</b>	<b>90</b>	<b>79</b>	<b>45</b>	<b>32</b>	<b>1157</b>
	<b>26%</b>	<b>31%</b>	<b>22%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Adquisición de conocimientos en comunicación audiovisual mediante:



Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, apenas el 4% de los estudiantes encuestados manifiesta no haber recibido formación en comunicación audiovisual y digital, la mayoría posee alguna formación aunque ésta sea de manera autodidacta. El 34% manifiesta que recibió formación de sus amigos o compañeros de clase.

Volvemos a ver diferencias muy significativas dependiendo de la institución universitaria a la que pertenezcan. Mientras que los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja afirman que principalmente adquirieron los conocimientos de manera autodidacta, los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja obtuvieron esos conocimientos de amigos y compañeros universitarios y sólo los estudiantes de la Universidad Internacional afirmaron que obtuvieron los conocimientos de cursos y conferencias.

## **5. Análisis y resultados de competencias mediáticas de los estudiantes de las universidades públicas y privadas de la ciudad de Loja**

A continuación se presentan los resultados con base a algunas de las seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012): lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y estética. Es importante aclarar que no se evaluaron todos los indicadores de análisis y expresión propuestos para cada categoría, a fin de conocer el manejo de nuevas tecnologías y el grado de competencias mediáticas que poseen los estudiantes de las universidades de la ciudad de Loja.

### **Dimensión de Lenguaje**

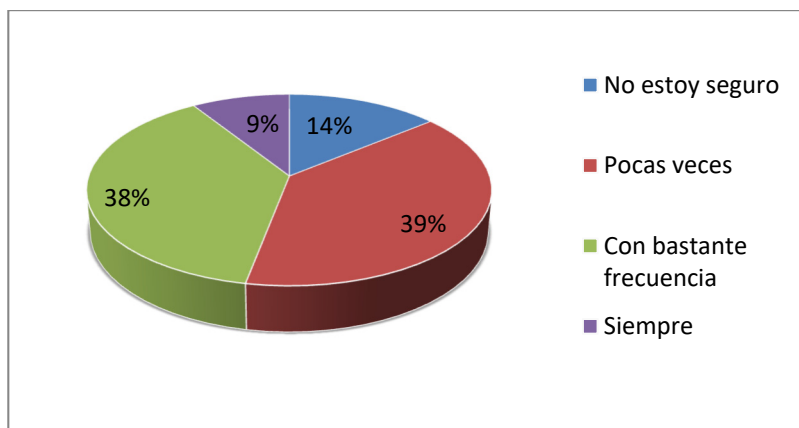
**Pregunta 13. ¿Comprendes la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?**

Tabla 6. Distinción de los diferentes códigos y lenguajes por parte del emisor

	Pregunta 13				Total
	No estoy seguro	Pocas veces	Con bastante frecuencia	Siempre	
Universidad Técnica Particular de Loja	21	126	234	56	437
	5%	29%	54%	13%	100%
Universidad Nacional de Loja	66	181	99	14	360
	18%	50%	28%	4%	100%
Universidad Internacional	70	146	110	34	360
	19%	41%	31%	9%	100%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>453</b>	<b>443</b>	<b>104</b>	<b>1157</b>
	<b>14%</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 6. ¿Comprendes la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?**



Fuente: Elaboración propia.

Existe una mínima diferencia entre alumnos que pocas veces distinguen los diferentes códigos del lenguaje con un 9%, a los que distinguen con bastante frecuencia, que corresponden al 38%. El 14% de los estudiantes aseguran no estar seguros en la diferenciación de códigos y solo el 9% manifiesta

comprender siempre la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes. Se evidencia una mediana competencia en relación a esta pregunta, los estudiantes tienen un nivel medio de comprensión de los códigos.

## Dimensión Tecnología

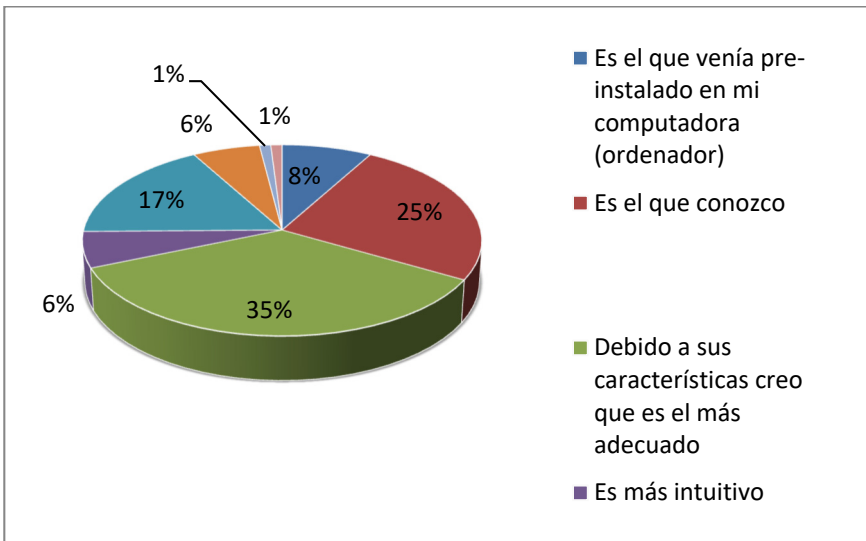
### Pregunta 8. Utilizo mi navegador habitual porque:

Tabla 7. Motivos para utilizar los navegadores habituales.

	Utilizo mi navegador habitual porque:								Total
	Es el que venía pre-instalado en mi computadora (ordenador)	Es el que conozco	Debido a sus características creo que es el más adecuado	Es más intuitivo	Es más rápido	Más seguro	Por el diseño que tiene	Otro	
Universidad Técnica Particular de Loja	20	46	190	12	128	29	4	8	437
	5%	11%	43%	3%	29%	7%	1%	2%	100%
Universidad Nacional de Loja	21	98	141	20	36	31	6	7	360
	6%	27%	39%	6%	10%	9%	2%	2%	100%
Universidad Internacional	52	145	75	40	32	15	1	0	360
	14%	40%	21%	11%	9%	4%	0%	0%	100%
Total	93	289	406	72	196	75	11	15	1157
	8%	25%	35%	6%	17%	6%	1%	1%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Motivos para utilizar los navegadores habituales.



Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar la razón por la cual los estudiantes encuestados utilizan su navegador habitualmente el 35% respondió que debido a sus características consideran que es el más adecuado. El 25% porque era el que más conocían, el 17% por ser el más rápido y el 8% al ser el que venía pre-instalado en su ordenador. La mayoría de los usuarios encuestados se fijan en las características predeterminadas del navegador, podemos establecer una mediana competencia de acuerdo a este resultado. Se determina mediana competencia, pues la decisión de los encuestados está mediada por el conocimiento básico de la herramienta.

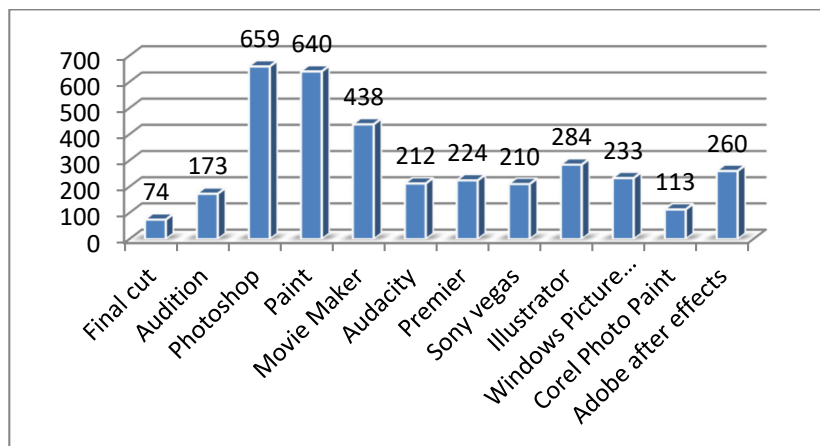
### Pregunta 31. Señala los programas que más utilizas para editar imágenes, vídeos o audios

Tabla 8. Conocimiento de programas de edición

	Señala los programas que más utilizas para editar imágenes, vídeos o audios												Total
	Final cut	Audition	Photoshop	Paint	Movie Maker	Audacity	Premier	Sony vegas	Illustrator	Windows Picture Manager	Corel Photo Paint	Adobe after ef-	
Universidad Técnica Particular de Loja	30	60	299	257	215	45	39	73	111	130	44	115	1418
Universidad Nacional de Loja	11	56	230	227	109	28	17	51	94	43	29	92	987
Universidad Internacional	33	57	130	156	114	139	168	86	79	60	40	53	1115
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>173</b>	<b>659</b>	<b>640</b>	<b>438</b>	<b>212</b>	<b>224</b>	<b>210</b>	<b>284</b>	<b>233</b>	<b>113</b>	<b>260</b>	<b>3520</b>

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Conocimiento de programas de edición.



Fuente: Elaboración propia.



La presente pregunta se analiza por frecuencias o veces en las que el usuario escoge una opción. Los resultados se presentan a continuación:

- a) 659 alumnos utiliza Photoshop.
- b) 640 maneja el programa Paint.
- c) 438 usan el editor de video Movie Maker.
- d) 233 usan el programa Widows Picture.
- e) 284 aprovechan el Ilustrador para sus ediciones y trabajos.
- f) 260 alumnos puede usar Adobe After Effects.
- g) 210 estudiantes usan el programa Sony Vegas.
- h) 173 alumnos utilizan el programa de edición Audition.
- i) 113 encuestados manejan la herramienta Corel Photo Paint.
- j) 224 participantes afirman utilizar el programa de edición Premier.
- k) Solo 74 estudiantes manejan el programa de editor de video Final Cut.

Los tres programas más utilizados y de más interacción por parte de los estudiantes encuestados son: Photoshop, Paint y Movie Maker, estableciendo una elevada competencia en el uso de los mismos y mayor conocimiento de herramientas digitales para la edición de video e imágenes. Se establece mediana competencias, al observar que la mayoría de estudiantes utilizan herramientas con un nivel medio de complejidad.

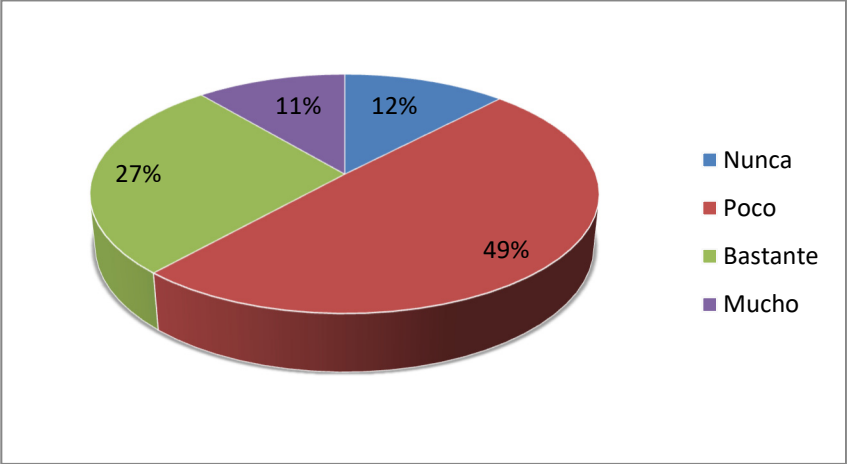
**Pregunta 30. ¿Has editado o trabajado con programas de computador imágenes, vídeos o audios?**

Tabla 9. Edición de imagen, audio o video

	¿Has editado o trabajado con programas de computador imágenes, vídeos o audios?				Total
	Nunca	Poco	Bastante	Mucho	
Universidad Técnica Particular de Loja	36	228	122	51	437
	8%	52%	28%	12%	100%
Universidad Nacional de Loja	78	191	67	24	360
	22%	53%	19%	7%	100%
Universidad Internacional	30	153	122	55	360
	8%	43%	34%	15%	100%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>572</b>	<b>311</b>	<b>130</b>	<b>1157</b>
	<b>12%</b>	<b>49%</b>	<b>27%</b>	<b>11%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 9. Edición de imagen, audio o video**



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la edición y trabajo en programas de edición para imagen, video o audio; los estudiantes de las tres universidades manifestaron que el 49% ha manejado poco programas de edición. El 27% tienen bastante trabajo o conocimiento del tema. El 12% señala que nunca trabajó con estos programas y el 11% asegura que trabajo o editó mucho. Se establece una mediana competencia en la edición de imágenes, videos o audios, al ser casi la mitad de los estudiantes quienes poco han utilizado estas herramientas o reconoce algún programa.

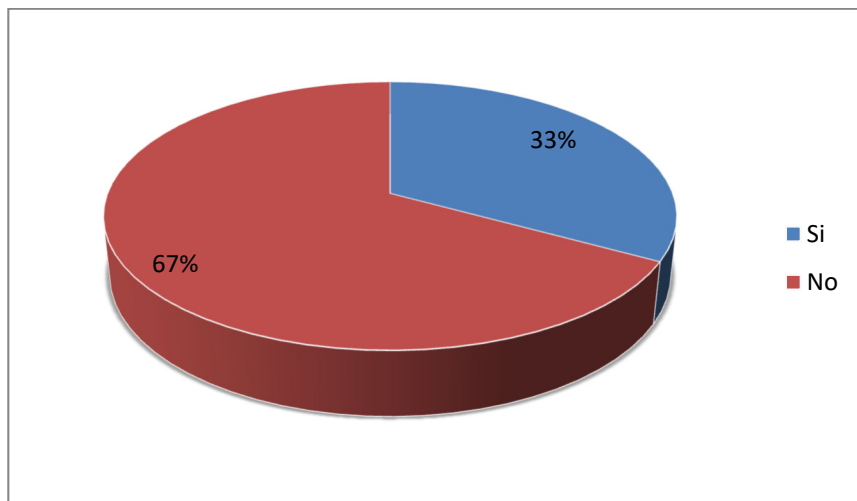
**Pregunta 22. ¿Conoces algún mecanismo para presentar quejas sobre contenidos de los medios de comunicación?**

Tabla 10. Conocimiento de mecanismos para presentar quejas en los medios

	¿Conoces algún mecanismo para presentar quejas sobre contenidos de los medios de comunicación?		Total
	Sí	No	
Universidad Técnica Particular de Loja	166	271	437
	38%	62%	100%
Universidad Nacional de Loja	85	275	360
	24%	76	100
Universidad Internacional	132	228	360
	37%	63%	74%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>774</b>	<b>1157</b>
	<b>33%</b>	<b>67%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 10. Conocimiento de mecanismos para presentar quejas en los medios**



Fuente: Elaboración propia.

El 67% de los encuestados no conoce o no ejerce su responsabilidad social ya que no denuncia o no se queja sobre contenido en la Web o en los medios de comunicación. Esto indica que en el ámbito de la expresión en esta dimensión existe un nivel bajo en el indicador del conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones. El otro 33% sí conoce algún mecanismo para presentar quejas. Se establece baja competencia, los estudiantes no conoce los mecanismos para actuar como ciudadano crítico.

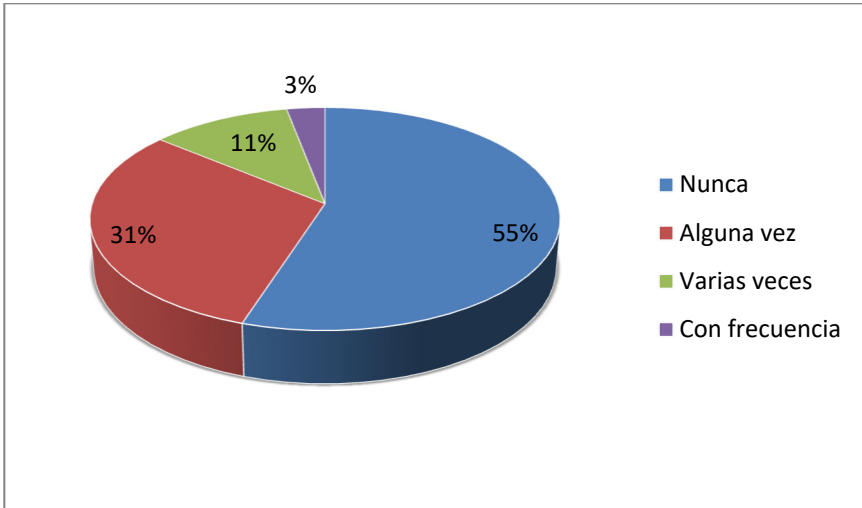
**Pregunta 23. ¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación?**

Tabla 11. Denuncia o quejas sobre contenido en la Web y/o medio de comunicación

	¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación?				Total
	Nunca	Alguna vez	Varias veces	Con frecuencia	
Universidad Técnica Particular de Loja	294	108	31	4	437
	67%	25%	7%	1%	100%
Universidad Nacional de Loja	222	116	19	3	360
	62%	32%	5%	1%	100%
Universidad Internacional	121	140	77	22	360
	34%	39%	21%	6%	100%
<b>Total</b>	<b>637</b>	<b>364</b>	<b>127</b>	<b>29</b>	<b>1157</b>
	<b>55%</b>	<b>31%</b>	<b>11%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 11. Denuncia o quejas sobre contenido en la Web y/o medio de comunicación**



**Fuente:** Elaboración propia.

El 55% (más de la mitad de los encuestados) nunca ha denunciado o se ha quejado a algún responsable sobre imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación. El 31% alguna vez ha realizado una queja, el 11% varias veces ha acudido a hacer denuncias o quejas y solo el 3% con frecuencia realiza estas acciones. Los resultados determinan baja competencia, al ser más de la mitad de los estudiantes quienes no conocen y por ende no emplean mecanismos para quejas o denuncias de contenido inapropiado emitido por internet o medios de comunicación.

## **6. Conclusiones**

Según los resultados obtenidos, apenas el 4% de los estudiantes encuestados manifiesta no haber recibido formación en comunicación audiovisual y digital. La mayoría posee alguna formación aunque ésta sea de manera autodidacta. El 34% manifiesta que recibió formación de sus amigos o compañeros de clase. Pero los resultados son muy desiguales en función de la universidad dónde se estudia. Mientras que en la Universidad Técnica Particular de Loja han aprendido de forma autodidacta el 46%, en la Universidad Nacional de Loja esta proporción se reduce al 21% y en la Universidad Internacional se reduce al 6%. Esto está indicando formas de adquirir conocimientos en comunicación audiovisual distintos.

Poseen conocimientos del manejo de Internet para la búsqueda de información y contrastan la información en páginas recomendadas de la Red.

Están informados sobre el manejo de la información. Pero ante la opción de efectuar una reclamación ante el incumplimiento de las normas afirman no saber a quién dirigirse o cuál es el procedimiento para hacerlo. Utilizan más las herramientas tecnológicas como las redes sociales para efectuar sus críticas.

Valoran los aspectos estéticos y formales de los medios que transmiten información, otorgándole credibilidad al medio no sólo por sus contenidos sino por la forma en que los transmite.

Si bien la competencia mediática es una oportunidad para empoderar a los estudiantes en el uso de las TICs es necesario esfuerzos por parte de la universidad para beneficiar verdaderas líneas de alfabetización audiovisual que conlleven a una competencia mediática más interesante y funcional.

La competencia mediática no es un asunto terminado. Es necesario acercamientos metodológicos de estudio de diversas disciplinas para su abordaje. Necesitamos un nuevo paradigma que no considere este tipo de investigación como algo pasajero. Actualmente vemos que los aprendizajes no se obtienen solo del mundo escolar, sino también del mundo empresarial, las redes sociales, los videojuegos y, en general, de lo que venimos llamando “la sociedad de las pantallas”.

## 7. Referencias bibliográficas

- Agudaded, I.; Marín-Gutiérrez, I. & Díaz-Parejo, E. (2015). La alfabetización mediática entre estudiantes de primaria y secundaria en Andalucía (España). *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18 (2): 275-298.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1996). *La Reproducción: elementos para una teoría del sistema educativo*. México: Fontamara.
- Chomsky, N. et Ramonet, I. (2008). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- Corbetta, P. (2010). *Metodología y técnicas para educación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38 (10): 76-82.
- Hinojosa Becerra, M.; Ruiz San Miguel, F.J. & Marín Gutiérrez, I. (2015). La informática: Origen y desarrollo. *EAC*, 3: 58-65.

- Jones, W. M. (1996). *El arte de la manipulación, Teoría y práctica para dominar a los demás*. México,DF: Prentice Hall.
- Marco Stiefel, B. (2008). *Competencias básicas: Hacia un nuevo paradigma educativo*. Madrid: Narcea.
- Marín Gutiérrez, I; Rivera Rogel, D. & Celly Alvarado, S. (2014). Estudio sobre formación en competencia audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador. *Cuadernos. info*, 35: 119-131.
- Marín-Gutiérrez, I.; Andrade Vargas, L. & Iriarte Solano, M. (2016). Diseño de proyectos de investigación-desarrollo y propuestas metodológicas. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Perrenoud, P. (2004). Diez nuevas competencias para enseñar: invitación al viaje. Barcelona: Graó.
- Sabán, C. (2009). *La educación permanente y la enseñanza por competencias en la UNESCO y en la Unión Europea*. Grupo Editorial Universitario.
- Salinas-Herrera, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC*, 1(1), 3.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2011). Alfabetización Mediática e informacional: Curriculum para profesores. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.