

Competencias mediáticas audiovisuales en alumnos de colegios de la ciudad de Loja

Isidro Marín-Gutiérrez¹, Diana Rivera², Mayra Gonzales², Andrea Velásquez²

¹ Ph.D. Isidro Marín Gutiérrez, Departamento de Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Campus Universitario San Cayetano Alto s/n. Apartado Postal: 11-01-608, Loja (Ecuador).

² Profesora, Universidad Técnica Particular de Loja, San Cayetano Alto s/n, Apartado Postal: 11-01-608, Loja, Ecuador.

Autores para correspondencia: imarin1@utpl.edu.ec, avvelasquez@utpl.edu.ec, mpgonzales@utpl.edu.ec, drivera@utpl.edu.ec

Fecha de recepción: 28 de septiembre 2015 - Fecha de aceptación: 12 de octubre 2015

RESUMEN

La presente investigación comprende el estudio de las competencias mediáticas audiovisuales. Se trabajó con una muestra de 23 colegios de la ciudad de Loja (Ecuador), con una población de 1.150 estudiantes de entre décimo año de educación básica a tercer año de bachillerato. Con el objetivo de analizar y diagnosticar el nivel de competencia mediática subjetivo audiovisual en jóvenes (14 a 18 años) de los colegios públicos, privados y “fiscomisionales”. Por otro lado es importante profundizar y dar a conocer esta investigación, para que se incluyan en los *pensum* académicos materias referentes a la comunicación y la nueva era en la que estamos atravesando. El mundo está en constante cambio y es necesario que los jóvenes sepan usar las nuevas herramientas de forma correcta y a la vez entender y analizar la información que es transmitida por estos sitios.

Palabras claves: Medios digitales, herramientas digitales, competencias mediáticas, educación mediática.

ABSTRACT

This research includes the study of audiovisual media literacy. We worked with a sample of 23 schools in the city of Loja (Ecuador), with a population of 1,150 students from primary to tenth year of third year of high school. In order to analyze and diagnose the level of subjective audiovisual media competence in young (14-18 years) of public, private and “*fiscomisionales*” schools. On the other hand it is important to deepen and disseminate this research to be included in the academic curriculum matters relating to communication and the new era we are experiencing. The world is constantly changing and it is necessary that young know how to use the new tools properly and also understand and analyze the information that is transmitted by these sites.

Keywords: Digital media, digital tools, media literacy, media education.

1. INTRODUCCIÓN

Las competencias mediáticas audiovisuales constituyen un tema nuevo e importante dentro de la sociedad actual, por lo que es necesario que los estudiantes lo conozcan. Es por ello que esta investigación está direccionada, para conocer cuál es el nivel de competencias mediáticas con el fin de diagnosticar si están preparados para esta nueva generación de producción y consumo de contenidos (Marín Gutiérrez *et al.*, 2014).

Actualmente la sociedad se encuentra en un constante cambio. En cuanto a las nuevas tecnologías han transformado la manera de comunicar y educar. La expansión rápida de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) por todo el mundo ha hecho que las personas se relacionen con estas herramientas mucho más, exigiendo de las personas ciertas capacidades y habilidades para desarrollar competencias (Marín Gutiérrez *et al.*, 2013). Es por eso que resulta necesaria la investigación y análisis de este tema en los colegios. De esta forma conoceremos si el grupo al que nos dirigimos se encuentran preparados para dar una crítica con fundamentos frente a lo que los medios transmiten, conociendo cuál es el nivel de competencias de cada uno y de acuerdo a eso crear estrategias para contribuir al mejoramiento de la educación mediática (Aguaded Gómez *et al.*, 2015).

El término competencias mediáticas audiovisuales se conoce y entiende como la capacidad para acceder a los medios de comunicación; ver, evaluar, comprender y dar una crítica frente a los contenidos que ellos transmiten. Además el tema abarca a seis dimensiones: lenguaje, tecnología, recepción e interacción, producción y difusión, ideología y valores y estética (Aguaded Gómez, 2012). Es por ello que consideramos que las competencias mediáticas juegan un papel básico dentro de la educación de la sociedad. Y al ser éste un tema de investigación incipiente en Ecuador nos permitirá conocer y mostrar cuál es la realidad de una ciudad ecuatoriana frente al uso de las nuevas tecnologías.

1.1. Competencia mediática

El término Competencia Mediática se ha venido desarrollando en los últimos años, producto del avance y aparición de nuevas tecnologías en el ámbito de la información y la comunicación. Para la Comisión Europea de “Media Literacy” definió al término Competencia Mediática como:

“La capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar críticamente los diferentes aspectos de los medios de comunicación y contenidos multimedia para crear una comunicación en una variedad de contextos” (Comisión Europea, 2009).

Es así que debemos conocer el nivel de la sociedad en cuanto a entendimiento y crítica de la información vertida a través de los diferentes medios de comunicación. De igual manera en función de su virtualización creciente a lo largo del tiempo, y en el contexto de esta nueva realidad que da mayor prioridad al desarrollo tecnológico. Si bien es cierto en la actualidad que la sociedad digital y globalizada en la que nos encontramos y con el papel relevante que a las tecnologías se les ha reconocido, es necesario realizar una apuesta firme por la conquista de una nueva competencia que permitirá un mayor acceso a los derechos básicos de todos los ciudadanos (Martín & Tyner, 2012).

Los centros educativos son los responsables de preparar a los estudiantes y garantizar que tengan un buen nivel de competencias mediáticas. Les facilitará un desarrollo integral en alfabetización mediática de manera que se integren en la educación con los medios. También como recurso didáctico que les facilitará el proceso de enseñanza-aprendizaje, la educación en medios audiovisuales, promoviendo la responsabilidad social, la autonomía personal, y el análisis crítico a través del uso, disfrute y aprovechamiento de los medios. Por último las competencias mediáticas les facilitará la educación ante los medios, desarrollando el uso reflexivo y crítico de los medios y del mensaje que transmiten (Ruiz *et al.*, 2011).

Por su parte Ferrés Prats (2006), describe que el desarrollo de las destrezas comunicativas relacionadas con la competencia digital, supone en el individuo una imprescindible competencia en comunicación audiovisual. Esta comunicación audiovisual es la capacidad de un individuo para interpretar y analizar, desde la reflexión crítica, las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo.

Desde nuestro punto de vista es importante que la competencia mediática tenga su reconocimiento por parte del Ministerio de Educación para implementarla en el currículo de los colegios ecuatorianos. Ya que son éstas las encargadas de ofrecer una buena educación a los estudiantes y será clave que tengan un nivel adecuado en competencia mediática.

Las instituciones educativas deben encargarse de que los estudiantes se conviertan en sujetos que desarrollen nuevas competencias adaptadas a la era digital en la que nos encontramos. Los autores

Villanueva & Casas (2010) las denominan e-competencias o competencias electrónicas, las cuales pueden definirse como un subproducto de los cambios económicos tecnológicos y culturales, que implican un aprovechamiento de la información en todas sus manifestaciones.

1.2. Dimensiones de las competencias mediáticas

La propuesta de este estudio fue realizada por los autores Ferrés & Piscitelli (2012). Y fue ajustada con las aportaciones de 50 reconocidos expertos, españoles y extranjeros. La misma gira en torno a seis dimensiones en competencias mediáticas: lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética. Según los autores se encuentra estructurada en torno a dos ámbitos de trabajo: el de la producción de mensajes propios y el de la interacción con mensajes ajenos. Además propusieron desarrollar esta educación en el marco de la cultura participativa. Así compaginaban el espíritu crítico y estético con la capacidad expresiva, el desarrollo de la autonomía personal con el compromiso social y cultural.

Para partir en el estudio de esta investigación es importante conocer su significado. Por su lado 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.

1.3. Educación mediática en jóvenes

Para conseguir una educación con medios tradicionales y en medios tecnológicos, es importante transformar y lograr un desarrollo en los jóvenes e incluirlo en el *pensum* académico de los colegios ecuatorianos la educación mediática.

La educación mediática no consiste solo en enseñar a los jóvenes a usar los medios tecnológicos que han aparecido durante esta década, sino una educación que les permita desarrollar un pensamiento crítico y a la vez que adquieran competencias para que se encuentren en la capacidad de crear contenidos, documentos audiovisuales que los integren a la nueva sociedad (Buckingham, 2005).

Así, la relevancia de la educación en nuestra sociedad parece ya un lugar común que nadie discute. La era de la información y de las nuevas incertidumbres necesita de personas que sean capaces de entender la complejidad de situaciones y el incremento de las redes de información. Así Pérez Gómez afirma que “los individuos deben ser capaces de adaptarse creativamente a la velocidad del cambio y a la incertidumbre que le acompaña” (Pérez Gómez, 2010: 38).

Dentro de la investigación entendemos que para que los jóvenes se relacionen con la educación mediática se debe incluir como materia desde edades tempranas. Estamos de acuerdo con diferentes académicos que afirman que actualmente los estudiantes escolares presentan suficientes carencias en relación a los contenidos relacionados con la educación mediática. Es por ello que se reclama una mayor implicación de los responsables de las políticas educativas de cara a una mayor inclusión de los contenidos de la educación mediática en el currículum (Aparici Marino, 2005).

También se analizó los currículum de los estudios de Formación Profesional. Existían numerosas posibilidades para incluir la educación mediática en la Formación Profesional de los jóvenes, ya que sus estudios están más vinculados con el ámbito laboral y cuya formación se verá favorecida por una actitud crítica, plural y reflexiva ante los medios (Pérez Rodríguez & Delgado Ponce, 2012).

Otro aporte importante lo realiza Felipe Quintanal Pérez (2013) en donde analiza que los estudiantes tienen una gran capacidad para crear contenidos mediáticos, a partir del uso de estas herramientas digitales. La propuesta que él da a conocer, es que se debe considerar dentro de este proceso de enseñanza a la educocomunicación como base de la educación de la ciudadanía, traspasando las paredes de la escuela y formando parte de la educación a lo largo de la vida.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se planteó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, sobre competencias mediáticas. Fueron 31 preguntas. El diseño del cuestionario fue realizado por investigadores de la Universidad Técnica

Particular de Loja (UTPL) e investigadores internacionales de la Red Alfamed (Red Interuniversitaria EuroAmericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía <http://www.redalfamed.org/>).

Antes de aplicar los cuestionarios se efectuó una validación de los mismos a jóvenes de diferentes edades y colegios de la ciudad, en donde el cuestionario fue óptimo y con una duración máxima de 30 minutos. Este cuestionario fue aplicado *online* (http://uhu.es/alfamed/internacional/_pilotajebootstrap/site/) en las mismas aulas de cómputo de los colegios. También se utilizaron tablets de la universidad para aquellos colegios que no tuvieran salas de cómputo. Se controló que los que respondieron eran efectivamente alumnos de ese colegio mediante un sistema informático de control de dirección de IP (Internet Protocol). La encuesta se pasó a una población específica de estudiantes de entre décimo año de básica a tercer año de bachillerato de 23 colegios de la ciudad de Loja. Esta encuesta tenía la finalidad de diagnosticar el nivel de competencias mediáticas que poseen. Posteriormente cada pregunta fue evaluada en base a criterios de valoración diseñados en conjunto con los cuestionarios.

Para lograr los objetivos propuestos se seleccionó a todos los colegios de la ciudad de Loja dando un total de 29. Pero al momento de realizar la investigación de campo 6 colegios no participaron por decisión propia, las autoridades de los colegios se negaron a participar en el estudio, por lo que finalmente se aplicó a 23 colegios.

El universo de estudiantes de fue de 9.644 estudiantes. Con un margen de error de $\pm 3\%$ y un nivel de confianza de 97% la muestra resultante según la fórmula de muestras finitas es de 1.150 alumnos. Se realizó en cada uno de los colegios un muestreo aleatorio simple. Para el análisis de los resultados básicos y cruce de variables se manejó el software estadístico SPSS 21.

Para el presente artículo solo hemos analizado dos preguntas de las 31 del cuestionario sobre si alguna vez tuvieron formación en comunicación audiovisual y digital y cómo adquirieron esa formación. Pero existen otras preguntas en el cuestionario que tratan de analizar las seis dimensiones de competencias mediáticas según Aguaded Gómez (2012). Hay preguntas en las cuales (concretamente la pregunta 29) se expone un anuncio televisivo a los alumnos y posteriormente se le pide un análisis crítico de ese spot. Los alumnos no fueron conscientes del objetivo del ejercicio, con el fin de evitar que estuviesen condicionados a responder de una cierta forma. Así se pudo determinar posteriormente el grado real y objetivo de formación en comunicación audiovisual y digital comparándolo con las dos preguntas que vamos a analizar.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

En este documento analizaremos las dos primeras preguntas que se les hicieron a los estudiantes, después de las variables sociodemográficas, sobre su formación recibida en comunicación audiovisual. Esta pregunta a pesar de ser subjetiva es fundamental ya que es introductoria y nos servirá para medirlas con preguntas más objetivas que se realizaron a lo largo del cuestionario.

Tabla 1. ¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?

Colegio	Ninguna	Alguna	Bastante	Total
Público	87 21.1%	258 62.5%	68 16.5%	413 100%
Privado	65 12.1%	360 66.9%	113 21%	538 100%
Fiscomisional	15 7.5%	141 70.9%	43 21.6%	199 100%
Total	167 14,5%	759 66%	224 19.5%	1150 100%

En la siguiente tabla y gráfico se observa que la mayoría de alumnos encuestados (759, el 66%) afirman haber recibido algún tipo de formación en comunicación audiovisual y digital, seguido de cierto porcentaje de alumnos que afirman tener bastante grado de formación en esta materia (224, el 19%) y, por último, un cierto porcentaje (167, el 15%) asevera no haber recibido ningún tipo de formación en comunicación audiovisual y digital.

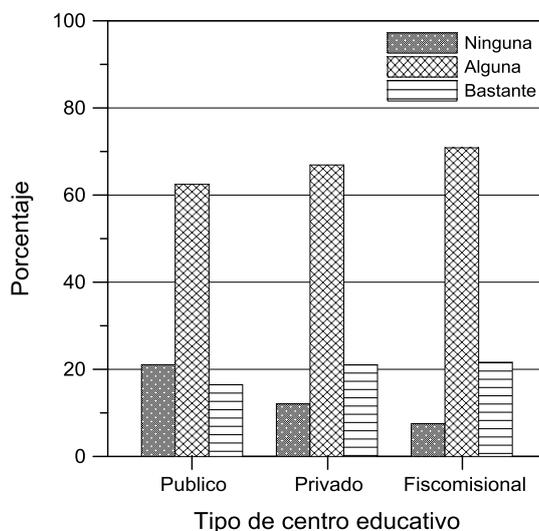


Figura 1. ¿Cuál es el grado de formación recibida en comunicación audiovisual y digital?

Es interesante analizar que este gran porcentaje de colegios que afirman tener algún tipo de formación en comunicación audiovisual y digital. Está dividido entre los diferentes tipos de colegios: públicos, con el 63%, privados, con el 67%, y fiscomisionales, con el 71%, lo que concluye en que tanto colegios públicos como fiscomisionales y privados, se encuentran en un mismo nivel de formación en comunicación audiovisual y digital. Los resultados confirman que ningún colegio está en mejor nivel que otro ya que se ha comprobado que poseen el mismo grado de competencias.

Las pruebas de Chi cuadrado (ver Tabla 2) indican que existe relación entre las variables. Los estudiantes de los colegios fiscomisionales son los que han tenido mayor formación en competencias audiovisuales; seguido de los estudiantes de los colegios privados. Por último están los estudiantes de los colegios públicos.

Tabla 2. Pruebas de chi-cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25.66(a)	4	.000
Razón de verosimilitudes	25.80	4	.000
Asociación lineal por lineal	17.17	1	.000
N de casos válidos	1150		

A 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 28.90.

Los estudiantes encuestados de los distintos tipos de colegios públicos, privados y fiscomisionales la han aprendido por sí mismos con el 32%. Con el 17% la han adquirido con la ayuda de compañeros y amigos. El 13% a través de conferencias, con el mismo porcentaje (13%) a través de talleres. En menor medida, el 3%, mediante cursos específicos. El 10% no la han adquirido. Finalmente con el 13% la han adquirido por una asignatura en curso actual (cine, televisión, fotografía

o comunicación digital). Como podemos observar la formación que han logrado en este tema, se ha adquirido de una manera empírica y no porque haya sido impartido desde la academia.

Son, esencialmente el mayor porcentaje de alumnos que han realizado cursos específicos en colegios fiscomisionales; a través de conferencias en colegios públicos y de forma autodidacta en colegios privados y a través de cursos actuales ($\chi^2=58.49$; $p=0.000$).

Tabla 3. ¿Cómo has adquirido la formación en comunicación audiovisual y digital?

Colegio	Autodidacta	Ayuda de compañeros y amigos	Conferencias	Talleres	Cursos Específicos	No la he adquirido	Asignatura en el curso actual	
Público	102 24.7%	92 22.3%	64 15.5%	58 14.0%	8 1.9%	56 13.6%	33 8.0%	413 100%
Privado	192 35.7%	77 14.3%	61 11.3%	57 10.6%	17 3.2%	46 8.6%	88 16.4%	538 100%
Fiscomisional	72 36.2%	29 14.6%	20 10.1%	30 15.1%	10 5.0%	10 5.0%	28 14.1%	199 100%
Total	366 31,8%	198 17.2%	145 12.6%	145 12.6%	35 3.0%	112 9.7%	149 13.0%	1150 100%

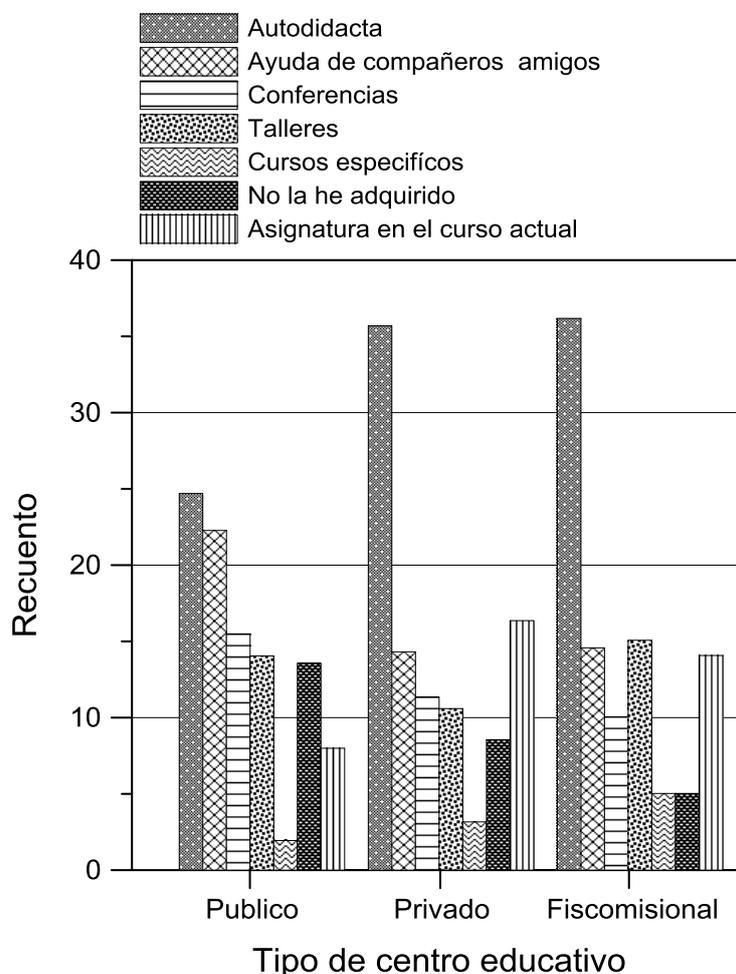


Figura 2. ¿Cómo has adquirido la formación en comunicación audiovisual y digital?

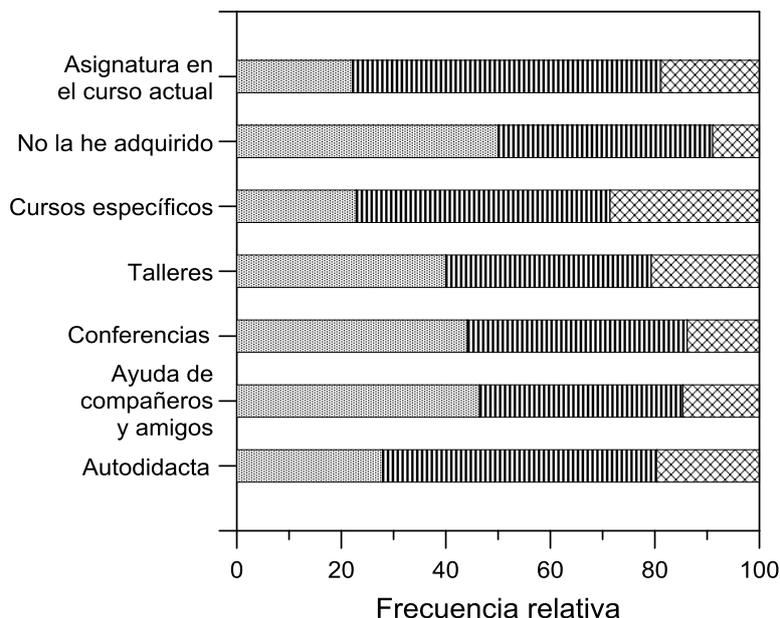


Figura 3. ¿Cómo has adquirido la formación en comunicación audiovisual y digital?

4. CONCLUSIONES

Los estudiantes no están preparados mediáticamente de una forma adecuada. Tienen las herramientas tecnológicas en sus manos, pero esto solo constituye un consumo de productos y contenidos mediáticos. Esto no garantiza su comprensión e interpretación y no la están procesando de tal manera que éste constituya un conocimiento específico.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de los 23 colegios seleccionados, podemos concluir que la mayoría de estudiantes encuestados poseen algún grado de competencias mediáticas y que lo han adquirido de una forma autodidactica y con la ayuda de compañeros y amigos. Pero no la han aprendido en los centros educativos. Los resultados de la encuesta nos confirman que existen colegios que están en mejor nivel que otro a niveles de apreciación personal. En siguientes estudios comprobaremos si poseen el mismo grado de competencias a nivel real.

Recomendamos a las instituciones educativas ocuparse y realizar las gestiones necesarias para el mantenimiento e implementación de sus salas de cómputo ya que al momento de realizar las encuestas se visitó cada uno de los colegios seleccionados y en algunos casos no contaban con conexión a Internet. Tampoco existían computadoras óptimas para la capacidad de estudiantes que tenían los centros educativos. Cabe mencionar que no es el caso en todos los colegios.

Se recomienda que se realicen futuras investigaciones que involucre la adaptación de los ciudadanos en general en cuanto a la transición de los medios tradicionales a los medios digitales. Sería interesante implementar un modelo de educación inmerso el uso de las tecnologías para beneficio de estudiantes y la sociedad en general. Con ello se logrará la adquisición de competencias en comunicación audiovisual y digital.

AGRADECIMIENTOS

Estudio desarrollado en el marco de la Convocatoria de Proyectos I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010-21395-C03-03, titulado «La enseñanza obligatoria ante la

competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital». Y Pertenece a la V Convocatoria Anual de Proyectos de Investigación con Fondos Internos (2014) al proyecto de investigación interna de la UTPL 'Competencias mediáticas en jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones educativas públicas y privadas de Ecuador'.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded Gómez, J.I., 2012. La competencia mediática, una acción educativa inaplazable. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 39, 7-8.
- Aguaded Gómez, J.I., I. Marín Gutiérrez, E. Díaz Pareja, 2015. La alfabetización mediática entre estudiantes de primaria y secundaria en Andalucía (España). *RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18(2), 275-298.
- Aparici Marino, R., 2005. Medios de comunicación y educación. *Revista de educación*, 338, 85-99.
- Buckingham, D., 2005. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura*. Madrid: Paidós.
- Comisión Europea, 2009. Recomendación 2009/625/CE de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. Retrieved from http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0004_es.htm.
- Ferrés, J., A. Piscitelli, 2012. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38(XIX), 75-82.
- Marín Gutiérrez, I., E. Díaz Pareja, I. Aguaded Gómez, 2013. La competencia mediática en niños y jóvenes: La visión de España y Ecuador. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 124.
- Marín Gutiérrez, I., D. Rivera Rogel, S. Celly Alvarado, 2014. Estudio sobre formación en competencia audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador. *Cuadernos*, 35, 119-131.
- Martín, A.G., K. Tyner, 2012. Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 38, 31-39.
- Pérez Gómez, A.I., 2010. Aprender a educar: nuevos desafíos para la formación de docentes. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 68, 37-60.
- Pérez Rodríguez, M.A., Á. Delgado Ponce, 2012. De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 39, 25-34.
- Prats, J.F., 2006. La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25, 9-17.
- Quintanal Pérez, F., 2013. Educomunicación en Física y Química de bachillerato. *Edmetic*, 1(2), 112-129.
- Ruiz, N.E., N.B. Morón, A.R. Páez, L.G. Hernández, 2011. *Alfabetización mediática y competencias básicas. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula* (Vol. 2). Madrid: Ministerio de Educación.
- Villanueva, G., M.L. Casas, 2010. E-competencias: nuevas habilidades del estudiante en la era de la educación, la globalidad y la generación del conocimiento. *Signo y Pensamiento*, 56 (XXIX), 124-138.