



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

Competencia mediática de los profesores de las cuatro universidades de la ciudad de Cuenca

*Trabajo de graduación previo a la obtención del título de:
Magister en comunicación y marketing*

AUTORA: Arpi Sánchez Andrea Del Cisne Ing.
DIRECTORA: Ugalde Sánchez, Cecilia. Mst.

Cuenca- Ecuador
2016

Dedicatoria

Todo este esfuerzo es para ustedes:

A Dios por bendecirme cada día de mi vida. A mis dos regalos del cielo mis princesas: Sara Carolina y Gabriela Sofía, gracias por enseñarme que es realmente la vida son mi motor, por ustedes todo, les amo. A mis Papitos hermosos muchas gracias por su apoyo, gracias Mami por insistir tanto a que tengo que estudiar una maestría, mi título es tan tuyo como mío.

Rubén, gracias por ser mi apoyo, por tu valiosa ayuda y tu paciencia, eres mi vida .

Andrea

Agradecimiento

Dejo constancia de mi gratitud a todos quienes de una u otra manera me ayudaron en la realización del presente trabajo de investigación y conocimiento; de manera especial a mis Padres, quienes me han guiado siempre, por ustedes soy quien soy, Mami gracias por cuidarle a mi Sara, mientras yo tenía clases con la ayuda de Erika, gracias prima, mis hermanos porque siempre están ahí cuando los necesito, a mis tías Anita Lucia y Clarita, por toda su ayuda y amor que siempre me brindan, a Rubén por ser mi compañero de vida pero sobre todo por ser mi apoyo.

Un agradecimiento especial a la Lcda. Cecilia Ugalde, directora de la presente tesis, quien me brindo generosamente sus conocimientos y experiencia en el desarrollo y realización de esta tesis.

A la Universidad del Azuay, Universidad Politécnica Salesiana, Universidad Católica de Cuenca, y Universidad Estatal de Cuenca, muchas gracias por abrirme sus puertas y permitirme ingresar, recolectar la información necesaria para la realización de este trabajo de investigación.

A mi querida tocaya mi Andre Espinoza, como dijimos cuando aún estábamos estudiando la maestría tenemos que graduarnos juntas y se nos cumplió, gracias por dejar de ser mi compañera y convertirte en una amiga..

Y a todas las personas que estuvieron junto a mi apoyándome para alcanzar mi meta y lograr mi objetivo, familiares amigos que me ayudaron a realizar este sueño en realidad.

A todos millón gracias...

Índice de Contenidos

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Resumen	XIV
Abstract.....	XV
Introducción.....	XVI
CAPITULO I.....	1
Marco Teórico	1
1.1 ¿Qué es Competencia Mediática?	1
1.2 Competencia mediática en la actualidad, Internacional	2
1.3 Competencia mediática en la actualidad, Nacional	3
1.4 Competencia mediática en Cuenca.....	4
1.5 Competencia mediática en sectores educativos de la sociedad actual.....	5
1.6 Importancia de capacitar al Docente	7
1.7 Educomunicador.....	9
CAPITULO II.....	10
Metodología de la investigación.....	10
2.1 Resultados obtenidos	11
2.1.2 Años de experiencia docente	12
2.1.3 Tipo de Universidad	12
2.1.4 Área de conocimiento.....	13
2.1.5 Ha recibido formación sobre alfabetización mediática	14
2.2 Indicadores de competencia mediática según Ferrès & Piscitelli.....	14
2.3 Dimensión Lenguaje.....	15

2.3.1	Análisis de la pregunta 14- Identifica en una creación o producto mediático el uso de los códigos del lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes).	15
2.3.2	Análisis de la pregunta 15- Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza correctamente los códigos de lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes).....	17
2.3.3	Análisis de la pregunta 24.5- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.....	19
2.4	Dimensión Ideología y Valores	22
2.4.1	Análisis de la pregunta 19- Identifica la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.	23
2.4.2	Análisis de la pregunta 20- Tiene en cuenta los valores que quiere transmitir en sus mensajes.....	25
2.4.3	Análisis de la pregunta 24.4- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.	27
2.5	Dimensión Tecnología.....	29
2.5.1	Análisis de la pregunta 16- Reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.	30
2.5.2	Análisis de la pregunta 17- Utiliza correctamente diferentes programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.	32
2.5.3	Análisis de la pregunta 24.1- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.	34
2.6	Dimensión Producción y difusión	36
2.6.1	Análisis de la pregunta 24.6- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad en la producción y difusión de la información.	36

2.7	Dimensión recepción e interacción.....	39
2.7.1	Análisis de la pregunta 22- Utiliza los medios de comunicación interactivos para comunicarse con:	39
2.7.2	Análisis de la pregunta 24.3- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada esa información.....	47
2.8	Dimensión Estética	49
2.8.1	Análisis de la pregunta 12- Reconoce cuándo una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico	49
2.8.2	Análisis de la pregunta 13- Cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.....	51
2.8.3	Análisis de la pregunta 24.2- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística	52
2.9	Uso docente de los medios	54
2.9.1	Análisis de la pregunta 10- Los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.	54
2.9.2	Análisis de la pregunta 11- Utiliza los medios de comunicación y las redes para sus tareas de investigación.....	56
2.9.3	Análisis de la pregunta 23- Selecciona información para su actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.	58
2.10	Responsabilidad docente	59
CAPITULO 3		64
Conclusiones y Recomendaciones		64
BIBLIOGRAFIA.....		68
ANEXOS		71
Modelo de encuesta aplicada a los docentes de las universidades de la ciudad de Cuenca. ..		71

Índice de Tablas

Tabla 1: Resultados generales de datos demográficos y de pertinencia.....	11
Tabla 2: Resultados generales de años de experiencia como docentes universitarios	12
Tabla 3: Resultados generales de clasificación de Universidades.....	12
Tabla 4: Resultados generales de área de conocimiento en la cual se desempeñan.....	13
Tabla 5: Resultados generales del grado sobre alfabetización mediática.....	14
Tabla 6: Resultados generales de la pregunta 14 sobre el uso de los códigos del lenguaje audiovisual.....	15
Tabla 7: Resultados por universidad de la pregunta 14 sobre el uso de códigos del lenguaje audiovisual.....	17
Tabla 8: Resultados generales de la pregunta 15 sobre Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual.....	18
Tabla 9: Resultados por universidad de la pregunta 15 sobre Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual.....	19
Tabla 10: Resultados generales de la pregunta 24.5 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.....	19
Tabla 11: Resultados por universidad de la pregunta 24.5 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.....	21
Tabla 12: Resultados generales de la dimensión lenguaje por genero	22
Tabla 13: Resultados generales de la pregunta 19 sobre la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.....	23
Tabla 14: Resultados por universidades de la pregunta 19 sobre la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.....	24

Tabla 15: Resultados generales de la pregunta 20 sobre los valores que quiere transmitir en sus mensajes.	25
Tabla 16: Resultados por universidad de la pregunta 20 sobre los valores que quiere transmitir en sus mensajes.	26
Tabla 17: Resultados generales de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.	27
Tabla 18: Resultados por universidad de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.	28
Tabla 19: Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género	29
Tabla 20: Resultados generales de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.	30
Tabla 21: Resultados por universidad de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.	31
Tabla 22: Resultados generales de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.	32
Tabla 23: Resultados por universidad de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.	33
Tabla 24: Resultados generales de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.	34
Tabla 25: Resultados por universidades de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.	35

Tabla 26: Resultados generales de la dimensión tecnología por género	36
Tabla 27 Resultados generales de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.....	36
Tabla 28: Resultados por universidades de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.....	38
Tabla 29: Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género.....	39
Tabla 30: Resultados generales de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.....	39
Tabla 31: Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	41
Tabla 32 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	42
Tabla 33 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	43
Tabla 34: Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	44
Tabla 35 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	45
Tabla 36 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	46
Tabla 37 Resultados generales de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.	47

Tabla 38: Resultados por universidades de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.....	48
Tabla 39: Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por género.....	48
Tabla 40: Resultados generales de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico...	49
Tabla 41: Resultados por universidades de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico.	50
Tabla 42: Resultados generales de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.	51
Tabla 43: Resultados por universidades de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.	52
Tabla 44: Resultados generales de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.	52
Tabla 45: Resultados por universidades de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.....	53
Tabla 46: Resultados generales de la dimensión estético por género.....	54
Tabla 47 Resultados generales de la pregunta 10 sobre los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.	54
Tabla 48: Resultados generales pregunta 11 sobre uso de los medios de comunicación y las redes para sus tareas de investigación.	56
Tabla 49: Resultados generales de la pregunta 21 sobre utiliza los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc	57

Tabla 50: Resultados generales de la pregunta 23 sobre la información para la actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.	58
Tabla 51: Resultados generales de las preguntas 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31, correspondientes a responsabilidad docente.	59
Tabla 52: Resultados generales de la pregunta 31 sobre la experiencia, valora el grado de importancia de las siguientes competencias relacionadas con la educación mediática... 63	

Índice de Gráficos

Ilustración 1 Pregunta 14 identifica en una creación o producto mediático el uso de los códigos del lenguaje audiovisual.....	16
Ilustración 2: Pregunta 15 cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual	18
Ilustración 3: Resultados generales de la pregunta 24.5 Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo e cuenta: el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido	20
Ilustración 4: Resultados generales de la pregunta 19 identifica la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.....	23
Ilustración 5: Resultados generales de la pregunta 20 teniendo en cuenta los valores que quiere trasmitir en sus mensajes.....	25
Ilustración 6: Resultados generales de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.....	27
Ilustración 7Resultados generales de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.	30

Ilustración 8: Resultados generales de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.....	32
Ilustración 9: Resultados generales de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.	34
Ilustración 10: Resultados generales de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.....	37
Ilustración 11: Resultados generales de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.	40
Ilustración 12: Resultados generales de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.....	47
Ilustración 13: Resultados generales de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico.	50
Ilustración 14: Resultados generales de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.	51
Ilustración 15: Resultados generales de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.....	53
Ilustración 16: Resultados generales de la pregunta 10 sobre los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.....	55
Ilustración 17: Resultados generales de la pregunta 21 sobre el uso de los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc.....	56
Ilustración 18: Resultados generales de la pregunta 21 sobre utiliza los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc	58

Ilustración 19: Resultados generales de la pregunta 23 sobre la información para la actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.	59
Ilustración 20: Resultados generales de la pregunta 25 de responsabilidad docente tomando en cuenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula.....	60
Ilustración 21: Resultados en general de la pregunta 26 sobre la de responsabilidad docente de uso responsable de medios.....	61
Ilustración 22: Resultados generales de la pregunta 28 sobre la responsabilidad docente, anima a sus estudiantes a denunciar malas practicas.....	61
Ilustración 23: Resultados generales de la pregunta 27 sobre responsabilidad docente, evalúa el uso adecuado de los recursos mediáticos	62
Ilustración 24	62

Resumen

El presente trabajo de investigación determina el nivel de “competencia mediática” de los profesores universitarios de la Ciudad de Cuenca, es una continuación del proyecto “Competencias mediáticas en jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Cuenca”, realizado por las investigadoras Catalina González Cabrera y Cecilia Ugalde Sánchez.

Además se conocerá si el objeto de estudio posee el nivel de formación suficiente para hacer frente a los medios de comunicación con respecto a competencias mediáticas. Este estudio determinará el estado actual, sobre la competencia mediática el dominio de conocimientos destrezas y actitudes relacionados con las seis dimensiones básicas de la competencia mediática que proponen Ferrés y Piscitelli (2012): Lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores así como una dimensión estética.

Palabras clave: Competencia mediática, nivel de formación, dominio, profesores.

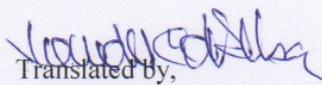
Abstract

This research determines the level of "media competence" of university professors in the city of Cuenca. This is a continuation of the project entitled "Media literacy in young people, teachers and parents of public and private educational institutions of the city of Cuenca" conducted by researchers Catalina Gonzalez Cabrera and Cecilia Ugalde Sanchez.

Additionally, this paper will discuss whether the object of study has the adequate level of training to address media in regard to media literacy. This study will determine the current status on media competence, the mastery of skills, knowledge and attitudes related to the six basic dimensions of media competence proposed by Ferrés and Piscitelli (2012): Language, technology, interaction processes, production and dissemination processes, ideology and values, and aesthetics.

Keywords: Media Competence, Skill Level, Mastery, Teachers.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Introducción

En un mundo globalizado que nos obliga a estar a la par con la tecnología se presenta la interrogante: ¿Son conscientes, las personas, de cómo utilizar correctamente cada una de las herramientas tecnológicas? y no menos importante, lo que busca esta investigación: si ¿los docentes universitarios de la ciudad de Cuenca poseen las capacidades necesarias para compartir sus conocimiento destrezas y actitudes con sus estudiantes, a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación?

Esta investigación se centra en la competencia mediática de docentes universitarios bajo las seis dimensiones planteadas por Ferrés Y Piscitelli (2012): lenguajes, tecnología, procesos de producción y difusión, procesos de recepción e interacción, ideología y los valores, y dimensión estética.

Los profesionales al estar en un entorno académico deberían estar capacitados para brindar a sus alumnos sus conocimientos ayudados por la tecnología, ya que como Montenegro (2005) menciona, “ser competente es saber hacer y saber actuar entendiendo lo que se hace, comprendiendo como se actúa, asumiendo de manera responsable las implicaciones y consecuencias de las acciones realizadas y transformando los contextos a favor del bienestar humano” .

Objetivo general: Determinar la competencia mediática de los profesores universitarios de la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos: Determinar la diferencia de la competencia mediática en las seis dimensiones a estudiar.

Identificar el uso de las TIC en profesores universitarios de la ciudad de Cuenca.

Detectar necesidades carencias en profesores universitarios para mejorar su competencia mediática.

CAPITULO I

Marco Teórico

Para entender el significado de “competencia mediática” se recurre a la teoría así como a una contextualización, a nivel internacional, nacional y local. Además se hará énfasis en las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) para la enseñanza, esta investigación se enfoca en la importancia de contar con profesionales de la educación competentes mediáticamente para la sociedad en la que vivimos.

1.1 ¿Qué es Competencia Mediática?

El concepto de competencia Mediática involucra el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto (Ferres & Piscitelli, 2012) enmarcado con las seis dimensiones que proponen Ferrés y Piscitelli (2012): Lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores así como la competencia estética, con respecto a las TIC.

Para entender el termino competencia mediática, es necesario comprender el término “Alfabetización mediática”, lo que implica poseer las capacidades para utilizar los medios de comunicación, para comprender y valorar críticamente sus diversos aspectos y sus contenidos, así como para comunicarse incluso en contextos variados (Parlamento Europeo, 2016). La Sociedad ecuatoriana dedica gran cantidad de horas a estar frente a las pantallas de televisión y computadoras como lo indica (Marín, Rivera & Celly, 2014), por lo cual es necesaria una alfabetización mediática, para el uso adecuado y responsable de estos.

Por otro lado se define a las TIC como nuevas tecnologías de la información y comunicación, que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones, de manera interactiva e interconectada, lo que permite experimentar nuevas realidades comunicativas (Cabero, 1994).

La competencia mediática contribuye al desarrollo de la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural (Ferres & Piscitelli, 2012). La educación en Competencia Mediática es fundamental, ya que la coyuntura actual ha volcado nuestra comunicación análoga a una digital. Este cambio de paradigma presenta problemáticas para quienes no cuentan con la responsabilidad que tienen en sus manos, ya que las nuevas comunicaciones tienen ventajas y desventajas a la hora de uso en manera masiva. Aguded & Pérez (2012) indican que “la competencia mediática, la capacidad que tiene un individuo para interpretar y analizar de modo crítico imágenes y mensajes audiovisuales, y la capacidad para expresarse correctamente en un entorno comunicativo”, es fundamental para entender la comunicación en nuestro tiempo.

Como afirma Delors (1994), en el libro “la educación encierra un tesoro” se señala a la educación como una estructura de cuatro pilares: “aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos, aprender a ser”, y en vinculación con lo formativo se considera competencia mediática a la “reflexión que nace de la necesidad de formar en medios de la manera de integrarlos en un mundo educativo, a partir de conceptos como competencia en comunicación” (Aguded Gómez & Guzmán Franco, 2014).

1.2 Competencia mediática en la actualidad, Internacional

La presencia de los medios de comunicación y la creciente introducción de las nuevas tecnologías de la información (TIC) en la sociedad, han sido foco para nuevas investigaciones en el campo de las ciencias sociales (Gozálvez, González, & Caldeiro, 2015).

A pesar de la presencia masiva de los medios en la sociedad global, es necesario precisar que los ciudadanos cuentan con escasas formaciones alrededor del conocimiento audiovisual y mediático (González, Gozálvez, & Ramírez, 2015).

Este interés por lograr una incorporación de las competencias mediáticas dentro del ámbito educativo no es nuevo, en realidad ha sido un reclamo de organismos internacionales como la UNESCO, con su declaración de Grünwald en el año 1982 (González, Gozávez, & Ramírez, 2015) donde investigadores de 19 países coincidieron en que: “Vivimos en un mundo en que los medios de comunicación son omnipresentes: un número de individuos cada vez mayor consagra buena parte de su tiempo a mirar televisión, a leer diarios y revistas, a escuchar grabaciones sonoras o la radio” (Pérez, 2007).

1.3 Competencia mediática en la actualidad, Nacional

Si bien el informe realizado por el Instituto nacional de estadísticas y Censos (INEC) sobre “Tecnologías de la Información y Comunicaciones” del año 2013, indica que el 20% de ecuatorianos son analfabetos digitales, lo cual demuestra un avance con respecto al mismo informe realizado en el año 2010 en el cual 29.2% de la población lo era. Así mismo otras cifras demuestran que en el año 2013 más del 30% usó el internet como fuente de información y como medio de educación, estas cifras indican cómo las nuevas tecnologías son y serán parte fundamental de las prácticas educativas así como de los procesos de aprendizaje.

De esta forma la sociedad ecuatoriana dedica gran cantidad de horas a estar frente a las pantallas de televisión y ordenadores. Sin embargo, ni los estudiantes ni los profesores, en particular tienen la formación suficiente para hacer frente a los medios de comunicación (Marín, Rivera & Celly, 2014).

A pesar de la presencia masiva de los medios en la sociedad global, es necesario precisar que los ciudadanos cuentan con escasa formación alrededor del conocimiento audiovisual y mediático (González, González, & Ramírez, 2015).

Pero poco a poco el Ecuador está cambiando esto ya que en la nueva ley de comunicación, en su artículo 71 numeral 10, establece que todos los medios de comunicación a nivel nacional tienen la responsabilidad de propender a la edu-comunicación (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013), para lo cual se producen y transmiten varios programas de televisión y radio que aportan contenidos de educación, inclusión, interculturalidad, participación ciudadana, respeto, identidad nacional, diversidad, derechos humanos y cuidado de la naturaleza.

Para el desarrollo positivo en un Ecuador cada vez más tecnológico, tiene un rol central la motivación de los docentes así como la de los alumnos (Marín, Rivera & Celly, 2014) para educarse en competencias mediáticas y usar las TIC de manera responsable.

El uso de las TIC en las escuelas, es lo que el Gobierno Nacional y el Ministerio de Educación buscan implementar. Esta integración debe ser gradual y debe implicar al profesorado si realmente se quiere conseguir que las TIC formen parte de la cultura escolar (Marín, Díaz, & Aguaded, 2013).

1.4 Competencia mediática en Cuenca

En la ciudad de Cuenca se llevó a cabo una investigación con el objetivo de conocer el grado de competencia mediática que poseen jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones públicas y privadas de décimo de básica a tercero de bachillerato; el estudio fue realizado por la Universidad del Azuay a través las investigadoras Catalina González y Cecilia Ugalde, en el cuál se determinaron los siguientes resultados:

Un 13,6% de los encuestados no recibieron formación en comunicación audiovisual y digital, y la mayoría posee alguna formación autodidacta; el 70% de Educadores que fueron encuestados indicaron que utilizan para la enseñanza herramientas tecnológicas básicas, existe un nivel medio con tendencia a la baja en cuanto a la capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una enseñanza multimodal y multimedia. En

esta investigación se indica que la mayoría de docentes (60,8%), creen tener alguna formación en comunicación audiovisual y digital, aunque cinco de cada diez profesores encuestados (17,5%) indicó no haber recibido dicha formación. Vale indicar que el 50,1% de los profesores utiliza las nuevas tecnologías para su diversión más que para la trasmisión de valores y contribución a la mejora del entorno social y educativo; sin duda este resultado refleja la necesidad de reforzar algunas dimensiones dentro de las competencias mediáticas con aras de mejorar nuestros educativos (González & Ugalde, 2015).

El Gobierno Ecuatoriano dentro de su Plan Estratégico nacional del buen vivir, establece “fortalecer las capacidades y potenciales de la ciudadanía”, entre sus lineamientos está mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y formación integral de personas con las siguientes características: creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades, 2013).

Con la aplicación de la encuesta basada en las seis dimensiones en las cuatro Universidades de la Ciudad de Cuenca, queremos llegar a obtener resultados más significativos en el área universitaria para de esta manera estar de acuerdo con lo que nos indican González y Ugalde (2015) este estudio en general conlleva a concluir que el Gobierno Ecuatoriano debe incluir en su plan curricular educativo materias que ayuden a formar a la ciudadanía en general en comunicación digital, mediática, para adquirir un mayor grado de competencias para el futuro del país (González & Ugalde, 2015).

1.5 Competencia mediática en sectores educativos de la sociedad actual

De acuerdo con García, González & Aguaded (2014) nuestra sociedad y educación está caracterizada por el uso cada vez más frecuente de tecnologías de comunicación, utilizándolas en toda tarea cotidiana. Por tal motivo nos preguntamos si somos capaces de interpretar la información digitalizada que recibimos. Los estudios realizados hasta la fecha

han puesto en evidencia que a pesar de que estamos constantemente expuestos a las pantallas, a los medios, tenemos mayor acceso a la tecnología y la usamos de manera cotidiana, no garantiza que se hayan desarrollado las competencias necesarias para hacer uso correcto de estos avances que son parte de la nueva realidad (García, González & Aguaded, 2014).

La presencia de los medios de comunicación en la sociedad actual requiere ciudadanos competentes y activos en medios, capaces de comprender sus códigos, siendo críticos y responsables (Aguaded, 2010); es la denominada persona prosumidora, quien ha adquirido la habilidad de interpretar, comprender ser crítico y producir contenidos mediáticos (Sánchez-Carrero y Contreras, 2012). Con estos conocimientos la sociedad tendrá mayor acceso a todos los derechos básicos.

La educación en medios deja de lado la mera enseñanza instrumental de los medios, y busca más bien afrontar nuevas habilidades y competencias para la sociedad actual en la que vivimos y para la que educamos (Aguaded & Guerra, 2012).

A raíz de la explosión de medios alternativos de comunicación, en la actualidad se han generado nuevos términos y se dividen en:

Nativos digitales: describe a menores de 30 años que han crecido con la tecnología y por lo tanto tienen una habilidad innata en el lenguaje y el entorno digital. Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas, dependen de ellas para todo tipo de actividades cotidianas como estudiar. Relacionarse, comprar, informarse.

Inmigrante digital: son aquellos que se han adaptado a la tecnología, hablan su idioma pero con “cierto acento”, se trata de personas entre los 35 y los 55 que no nacieron con la tecnología y han tenido que adaptarse a una sociedad cada vez más tecnificada, en conclusión son fruto de un proceso de migración digital (García Portillo, Romo & Benito, 2005).

La realidad demuestra que aún existen numerosas carencias, y no solo entre los inmigrantes digitales, también entre los supuestos nativos, ya que todos somos consumidores

de medios de comunicación, pero no todos somos capaces de expresarnos a través de ellos. Para lo cual debemos tener una adecuada formación para la utilización de estas herramientas de comunicación (Prensky 2001).

De tal manera la sociedad y educación tiene que avanzar a pasos agigantados, al igual que avanza la tecnología y siempre tienen que ir a la par, por lo cual es fundamental el papel del docente el mismo que brinde enseñanzas significativas a los alumnos.

La competencia mediática debe formar parte del currículo escolar desde las primeras edades (García-Ruiz y Castro, 2014), para que los más pequeños vayan adaptándose y creciendo con la tecnología.

La educación en competencias mediáticas se ha convertido en una necesidad. Ante este nuevo contexto mediatizado y digitalizado, resulta indispensable que las escuelas abran sus puertas y reformen sus propuestas curriculares, dando paso a una nueva era para la enseñanza y aprendizaje (Marín, Rivera & Celly, 2014).

Las nuevas generaciones asimilan de manera natural esta nueva cultura que se ha ido conformando y que para nosotros conlleva muchas veces importantes esfuerzos de formación, aceptación y en muchas ocasiones de actividad que ayuden a desaprender muchas cosas que ahora se hacen de otra forma o que ya no sirven (Marqués, 2012).

1.6 Importancia de capacitar al Docente

Ya que los maestros imparten sus conocimientos y son los guías educativos de la sociedad están en el deber de capacitarse. Los profesores deben alfabetizarse en las TIC, para luego enseñar a sus alumnos en un efecto multiplicador (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong & Cheung, 2011).

Existe la necesidad de formación de los docentes, actualizada y ampliada de acuerdo con las exigencias del contexto social actual (Garrido, 2013). En este nuevo escenario es primordial el papel del profesorado como gestor facilitador y promotor de la competencia

mediática (González, González & Ramírez, 2015).

Se ha avanzado en la formación de las TIC como recurso didáctico en las aulas, pero es escasa la formación existente respecto a la competencia mediática o alfabetización mediática que se requiere de un profesional de la educación (García-Ruiz, Pavón & Guerra Liaño).

En la UNESCO en el 2008 nace la idea de desarrollar un currículo mundial de formación de profesores, ya que ven la necesidad de construir sociedades del conocimiento, se empieza la reforma curricular en los sistemas educativos, colocando el conocimiento y las competencias de los estudiantes en lo más primordial, la integración del internet y de las TIC y con la ayuda de profesores con la formación necesaria.

El profesorado debe empezar a ampliar sus destrezas para que a su vez puedan ayudar a los estudiantes a aprovechar estos nuevos aprendizajes, especialmente en relación a la investigación y a la producción de contenidos en los distintos medios. A medida que los profesores desarrollen las competencias necesarias y se sientan confiados para producir y utilizar la información de los medios en sus prácticas instructivas, se estarán encaminando para convertirse en líderes que promuevan la alfabetización mediática dentro del curriculum de las escuelas y colegios (Wilson, Grizzle, Tuazon, Cheung & Akyempong, 2011).

Los docentes deben estar en la capacidad de mantener una actitud crítica ante los medios, que reconozcan y valoren la realidad de su contexto, siendo menos influenciados, llegando a comprender mejor los mensajes de los medios de comunicación, practicando, en definitiva, una ciudadanía participativa y responsable en el consumo de medios (Cabero y Guerra, 2011).

Los profesores tienen que ampliar sus conocimientos para ser una ayuda para sus alumnos, preparándose para afrontar futuras demandas que surgirán con el avance de la tecnología. Debemos entender que hoy en día ya no basta con proveer las aulas con equipos y

tampoco con enseñar al profesorado a utilizarlos, es necesario pero ya no es suficiente, se debe dar mayor importancia al componente pedagógico que existe la actualidad, hay que insertar tecnología en las aulas Ecuatorianas con miras a general un verdadero conocimiento (Duque, 2015).

Al momento que un profesor esté capacitado debe ser capaz de seleccionar, evaluar, diseñar y producir medios adaptados a su ámbito de actuación y por lo tanto, no ha de ser tan solo consumidor de medios, sino que debe demostrar una competencia mediática. La educación mediática será eficaz siempre que el profesorado reconozca su cometido con una sociedad del conciencia crítica (De Fontcubeta & Guerrero, 2007).

1.7 Educomunicador

Educomunicador se refiere a un tipo de profesional que une la educación con la comunicación utilizando las nuevas tecnologías como herramientas, basándose en estas nuevas formas de comunicación para llevar a cabo un modelo de pedagogía dialógica (Kaplun, 1998) es decir lograr ser un alfabetizador mediático en la sociedad.

Entendemos como “competencia docente al conjunto de valores, creencias y compromisos, conocimientos, capacidades y actividades a los docentes tanto a título personal como colectivo” (Escudero 2007), indagar e investigar la competencia docente dentro del ámbito mediático será importante para establecer un precedente de su labor así como establecer nuevos lineamientos para los nuevos educadores.

“A pesar de la presencia masiva de los medios en la sociedad global, es necesario precisar que los ciudadanos cuentan con escasas formaciones alrededor del conocimiento audiovisual y mediático” (González, Gozávez & Ramírez, 2015); por ende la figura del educomunicador dentro de un contexto educativo y académico es importante para las nuevas generaciones.

CAPITULO II

Metodología de la investigación

La presente investigación es una continuación del proyecto llevado del proyecto interinstitucional titulado “Competencia mediática en jóvenes de instituciones educativas públicas y privadas de Ecuador”, en convenio entre las universidades Técnica Particular de Loja, Universidad del Azuay, Universidad Central, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Universidad de Santiago de Cali (Colombia), Universidad de Huelva (España), Universidad de Cantabria (España), Universidad de Córdoba (España), Universidad de Valencia (España).

El presente estudio se basa en un diseño de investigación a nivel local enmarcado en un proyecto internacional llevado a cabo en trece países de Latinoamérica y Europa, es de tipo descriptivo, no experimental, cuyos sujetos de estudio son los profesores de las cuatro Universidades de la Ciudad de Cuenca.

La investigación se realizará a través de encuestas digitales elaboradas y probadas por la Red Alfamed (red interuniversitaria Euroamericana de investigación sobre competencia mediáticas para la ciudadanía) que miden la competencia mediática a partir de las seis dimensiones plateadas por Ferrés y Piscitelli (2012), estas encuestas se están utilizando en 13 países como son: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, Italia, México, Perú, Portugal y Venezuela. (Anexo 1 Encuesta en versión impresa).

Al ser un método de trabajo cuantitativo, la investigación se enfocará en el cumplimiento de los objetivos que persigue la misma, siempre obteniendo información primaria como base del análisis, la muestra aplicada es aleatoria simple y está compuesta por 384 profesores tal como lo indica el cálculo de la muestra para poblaciones finitas, con un

margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, repartida en las cuatro universidades de la ciudad de Cuenca.

2.1 Resultados obtenidos

2.1.1 Resultados y análisis de las encuestas de los profesores de las universidades de la ciudad de Cuenca

Datos demográficos y de pertinencia:

Se aplicaron 384 encuestas a profesores de las cuatro universidades de la ciudad de Cuenca de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 1: Resultados generales de datos demográficos y de pertinencia

Universidades de la ciudad de Cuenca	Masculino	Femenino	Total
Universidad de Cuenca	51 57%	39 43%	90 100%
Universidad Católica de Cuenca	117 64%	65 36%	182 100%
Universidad del Azuay	36 67%	18 33%	54 100%
Universidad Politécnica Salesiana	36 62%	22 38%	58 100%
	240	144	384
Total	63%	38%	100%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Como se observa, nuestra muestra incluye una mayoría de profesores de género masculino, cabe recalcar que la muestra cómo se mencionó en su momento fue aleatoria simple, por lo tanto no refleja proporcionalmente la realidad de género del universo de profesores universitarios de la ciudad de Cuenca.

2.1.2 Años de experiencia docente

Resulta interesante saber si existe diferencia entre la competencia mediática de los profesores con distintos grados de experiencia, ya que esa información puede resultar útil al momento de planificar estrategias de capacitación que permitan obtener mejores niveles de competencia mediática. Por tal razón el grupo encuestado se puede dividir en tres grandes grupos en función de sus años de experiencia docente, como se observa a continuación:

Tabla 2: Resultados generales de años de experiencia como docentes universitarios

Universidades de la ciudad de Cuenca	Años de experiencia docente			Total
	5 o menos	De 6 a 15	Más de 16	
Universidad de Cuenca	36 40%	29 32%	25 28%	90 100%
Universidad Católica de Cuenca	67 37%	83 46%	32 18%	182 100%
Universidad del Azuay	19 35%	20 37%	15 28%	54 100%
Universidad Politécnica Salesiana	23 40%	21 36%	14 24%	58 100%
Total	145 38%	153 40%	86 22%	384 100%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Como podemos observar, el grupo de profesores más experimentados es el más pequeño de nuestra muestra.

2.1.3 Tipo de Universidad

Tabla 3: Resultados generales de clasificación de Universidades.

Tipo de Universidad	Masculino	Femenino	Total
Pública	51 57%	39 43%	90 100%
Particular	189 64%	105 36%	294 100%
Total	240 63%	144 38%	384 100%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Como sabemos, en la ciudad de Cuenca existe solo una universidad Pública, la Universidad Estatal de Cuenca.

2.1.4 Área de conocimiento

Tabla 4: Resultados generales de área de conocimiento en la cual se desempeñan.

Universidades de la ciudad de Cuenca	Área de conocimiento					
	Ciencias Sociales y Jurídicas	Arte y Humanidades	Ciencias de la Salud	Ciencias exactas	Ingeniería y Arquitectura	Total
Universidad de Cuenca	19 21%	10 11%	27 30%	8 9%	26 29%	90 100%
Universidad Católica de Cuenca	42 23%	9 5%	47 26%	13 7%	71 39%	182 100%
Universidad del Azuay	9 17%	14 26%	3 6%	8 15%	20 37%	54 100%
Universidad Politécnica Salesiana	18 31%	3 5%	1 2%	11 19%	25 43%	58 100%
Total	88 23%	36 9%	78 20%	40 10%	142 37%	384 100%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

En las diferentes áreas de conocimientos que tienen las cuatro universidades de la ciudad de Cuenca, podemos indicar que para nuestro estudio el área de ingeniería y arquitectura tiene la mayor cantidad de profesores.

2.1.5 Ha recibido formación sobre alfabetización mediática

Tabla 5: Resultados generales del grado sobre alfabetización mediática

Universidades de la ciudad de Cuenca	Ha recibido formación sobre alfabetización mediática en				Total
	Nunca recibió información	Autodidacta	Durante sus estudios universitarios o previos	Cursos Específicos	
Universidad de Cuenca	43 48%	24 27%	9 10%	14 16%	90 100%
Universidad Católica de Cuenca	78 43%	44 24%	32 18%	28 15%	182 100%
Universidad del Azuay	17 31%	16 30%	13 24%	8 15%	54 100%
Universidad Politécnica Salesiana	21 36%	12 21%	13 22%	12 21%	58 100%
Total	159 41%	96 25%	67 17%	62 16%	384 100%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Como se puede observar tan solo el 16% de encuestados manifiesta haber realizado cursos específicos en alfabetización mediática, la mayoría es decir el 41% de los encuestados indica nunca recibió formación sobre el tema.

2.2 Indicadores de competencia mediática según Ferrès & Piscitelli

Antes de indicar los resultados obtenidos a los profesores de las universidades de la ciudad de Cuenca, es necesario indicar qué aspectos miden las seis dimensiones propuestas por (Ferrés y Piscitelli, 2012) en las cuales se basan las preguntas de la encuesta aplicada a los profesores.

A criterio de (Ferrés & Piscitelli, 2012) la competencia mediática comporta el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes relacionados con seis dimensiones básicas

que son: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, estética.

Los resultados del presente estudio serán presentados primero en tablas seguido de su grafico correspondiente, los mismos que contarán con datos generales primero en número de respuestas obtenidas, y luego en porcentajes, respectivamente; al final de cada dimensión indico a detalle la información de cada pregunta por cada universidad.

2.3 Dimensión Lenguaje

La dimensión del lenguaje se define como la capacidad de analizar los diferentes elementos que constituyen los lenguajes a través de los que se hallan contenidos, para esta dimensión se pretende medir el nivel de interpretación y de valoración de los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje (Ferrés & Piscitelli, 2012).

Las preguntas 14, 15, y 24.5 permiten determinar el grado de competencia mediática de los profesores encuestados dentro de los criterios mencionados en la dimensión lenguaje.

2.3.1 Análisis de la pregunta 14- Identifica en una creación o producto mediático el uso de los códigos del lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes).

Tabla 6: Resultados generales de la pregunta 14 sobre el uso de los códigos del lenguaje audiovisual.

Pregunta 14.- Identifica en una creación o producto mediático el uso de los códigos del lenguaje audiovisual	
Nunca	40
En Ocasiones	128
Habitualmente	148
Siempre	68

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia



Ilustración 1 Pregunta 14 identifica en una creación o producto mediático el uso de los códigos del lenguaje audiovisual

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Para esta pregunta los encuestados ubicaron sus respuestas en un nivel medio, donde los encuestados en ocasiones y habitualmente reconocen los códigos del lenguaje audiovisual, lo cual puede demostrar que tal vez su conocimiento de los distintos lenguajes audiovisuales no es el óptimo.

A continuación se dará una breve explicación detallada sobre las ponderaciones de los siguientes cuadros de resultados por universidad, para su mejor comprensión: el primer valor se refiere al número de encuestados, el segundo valor corresponde al porcentaje de respuesta por institución universitaria, el tercer valor equivale al porcentaje de respuesta en general de todas las universidades encuestadas.

Tabla 7: Resultados por universidad de la pregunta 14 sobre el uso de códigos del lenguaje audiovisual.

14. Identifica en una creación o producto mediático el uso de códigos del lenguaje audiovisual

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre
Universidad de Cuenca	9	29	38	14
	10,00%	32,20%	42,20%	15,60%
	23,10%	23,00%	25,00%	20,90%
Universidad Católica de Cuenca	13	64	69	36
	7,10%	35,20%	37,90%	19,80%
	33,30%	50,80%	45,40%	53,70%
Universidad del Azuay	7	15	22	10
	13,00%	27,80%	40,70%	18,50%
	17,90%	11,90%	14,50%	14,90%
Universidad Politécnica Salesiana	10	18	23	7
	17,20%	31,00%	39,70%	12,10%
	25,60%	14,30%	15,10%	10,40%
Total	39	126	152	67
	10,20%	32,80%	39,60%	17,40%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.3.2 Análisis de la pregunta 15- Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza correctamente los códigos de lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes).

En este cuadro tenemos información más detallada de cómo fueron las respuestas por cada por cada Universidad de la ciudad de Cuenca, en esta pregunta. En general esta dimensión de lenguaje se encuentra en nivel medio.

Tabla 8: Resultados generales de la pregunta 15 sobre Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual.

Pregunta 15.- Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual

Nunca	37
En Ocasiones	121
Habitualmente	165
Siempre	61

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

■ Nunca ■ En Ocasiones ■ Habitualmente ■ Siempre

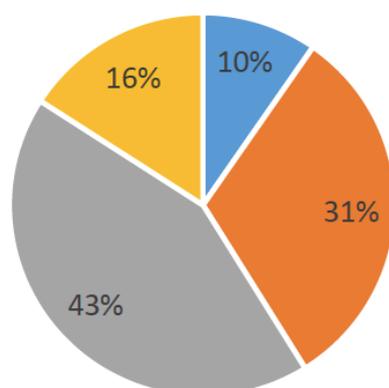


Ilustración 2: Pregunta 15 cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Esta pregunta referente a la dimensión de lenguaje está relacionada a la producción audiovisual (video) muestra un nivel medio de uso de códigos del lenguaje (enfoque, color, tamaño y orden de las imágenes) se podría tener respuestas más certeras sobre la creación de productos audiovisuales si se preguntara a los encuestados si de hecho producen videos, cosa que la mayoría no hace, aunque podría servir en muchos casos como herramienta para que los estudiantes presenten sus tareas.

Tabla 9 Resultados por universidad de la pregunta 15 sobre Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza los códigos de lenguaje audiovisual.

15. Cuando crea y difunde un mensaje audiovisual o mediático utiliza correctamente los códigos del lenguaje

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre
Universidad de Cuenca	6	31	41	12
	6,70%	34,40%	45,60%	13,30%
	17,10%	25,20%	24,70%	20,00%
Universidad Católica de Cuenca	14	54	79	35
	7,70%	29,70%	43,40%	19,20%
	40,00%	43,90%	47,60%	58,30%
Universidad del Azuay	7	17	23	7
	13,00%	31,50%	42,60%	13,00%
	20,00%	13,80%	13,90%	11,70%
Universidad Politécnica Salesiana	8	21	23	6
	13,80%	36,20%	39,70%	10,30%
	22,90%	17,10%	13,90%	10,00%
Total	35	123	166	60
	9,10%	32,00%	43,20%	15,60%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.3.3 Análisis de la pregunta 24.5- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.

Tabla 10: Resultados generales de la pregunta 24.5 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.

Pregunta 24.5 .- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido

Nunca	9
En ocasiones	75
Habitualmente	172
Siempre	128

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

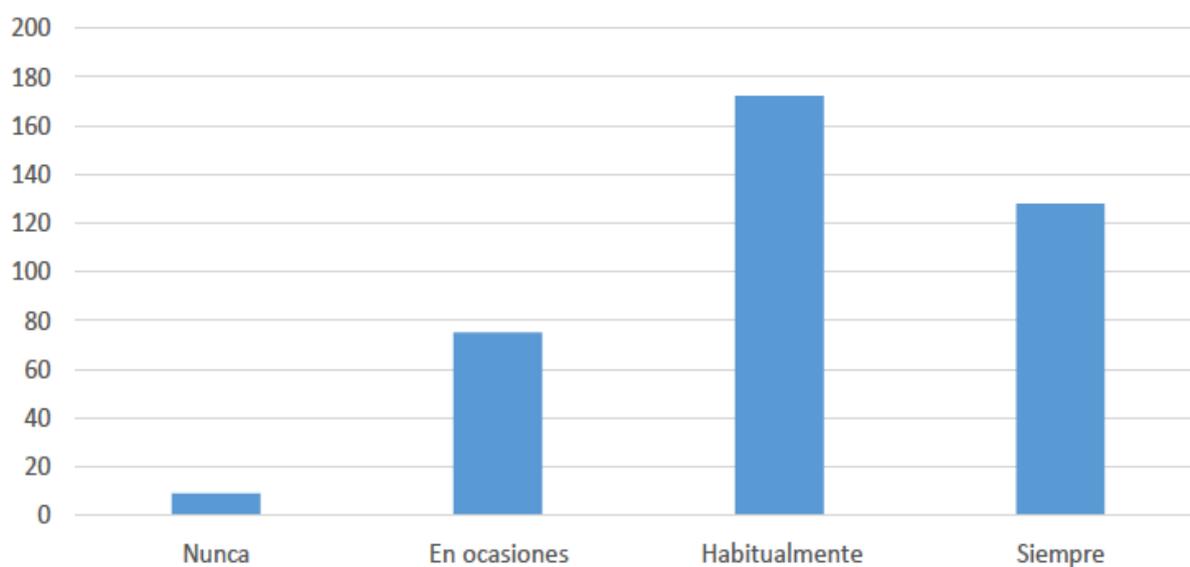


Ilustración 3: Resultados generales de la pregunta 24.5 Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta: el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se determinó que los encuestados, a la hora de seleccionar información mediática, para su trabajo docente habitualmente se preocupan por el tratamiento del lenguaje audiovisual.

Tabla 11: Resultados por universidad de la pregunta 24.5 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta el tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido.

24.5 Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta: El tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	0	21	42	27	90
	0,00%	23,30%	46,70%	30,00%	100,00%
	0,00%	28,40%	23,60%	22,00%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	6	31	89	56	182
	3,30%	17,00%	48,90%	30,80%	100,00%
	66,70%	41,90%	50,00%	45,50%	47,40%
Universidad del Azuay	1	6	24	23	54
	1,90%	11,10%	44,40%	42,60%	100,00%
	11,10%	8,10%	13,50%	18,70%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	2	16	23	17	58
	3,40%	27,60%	39,70%	29,30%	100,00%
	22,20%	21,60%	12,90%	13,80%	15,10%
Total	9	74	178	123	384
	2,30%	19,30%	46,40%	32,00%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

La competencia para la dimensión lenguaje de los profesores encuestados está sobre la media, los resultados demuestran una mediana competencia.

En la dimensión lenguaje con sus 3 preguntas, podemos observar que los encuestados tienen un nivel medio de interpretación y de valoración de los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje (Ferrés & Piscitelli, 2012).

Las cuatro universidades de la ciudad de Cuenca, poseen un nivel medio en la dimensión de lenguaje sin ninguna diferenciación significativa entre ellas.

Tabla 12: Resultados generales de la dimensión lenguaje por genero

Lenguaje			
Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
14	Medio	37,5	43,1
15	Medio	43,3	43,1
24.5	Medio	48,3	43,1
Total puntos		129,1	129,3
Porcentaje en categoría		12,9	12,9

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

En la dimensión lenguaje se han planteado un total de 3 preguntas, en 2 de ellas los hombres tienen un porcentaje marginalmente más alto, mientras en la pregunta restante las mujeres obtienen resultados superiores.

2.4 Dimensión Ideología y Valores

La dimensión ideología y valores es definida como la capacidad de verificación de fuentes, para lo cual se ha determinado como un indicador importante a la 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, así como la habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos (Ferrés y Piscitelli 2012).

Las preguntas planteadas para medir el grado de competencias en esta dimensión son: 19, 20, y 24.4.

2.4.1 Análisis de la pregunta 19- Identifica la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.

Tabla 13 Resultados generales de la pregunta 19 sobre la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.

Pregunta 19.- Identifica la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático

Nunca	27
En ocasiones	156
Habitualmente	163
Siempre	38

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

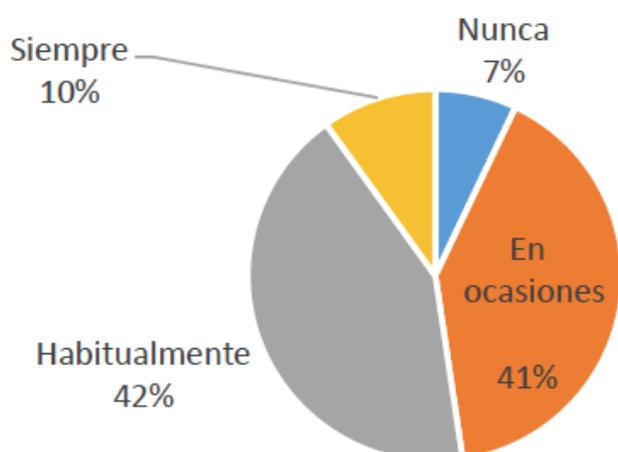


Ilustración 4: Resultados generales de la pregunta 19 identifica la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Para los encuestados de este estudio identificar la ideología que se quiere transmitir en un mensaje es una acción realizada habitualmente y en ocasiones lo cual indica un nivel medio en su competencia con respecto a las ideologías y valores de los mensajes.

Tabla 14: Resultados por universidades de la pregunta 19 sobre la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático.

19. Identifica la ideología que quiere transmitir a través de una creación o producto mediático				
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre
Universidad de Cuenca	5	37	33	15
	5,60%	41,10%	36,70%	16,70%
	17,90%	24,50%	19,90%	38,50%
Universidad Católica de Cuenca	13	70	85	14
	7,10%	38,50%	46,70%	7,70%
	46,40%	46,40%	51,20%	35,90%
Universidad del Azuay	1	24	22	7
	1,90%	44,40%	40,70%	13,00%
	3,60%	15,90%	13,30%	17,90%
Universidad Politécnica Salesiana	9	20	26	3
	15,50%	34,50%	44,80%	5,20%
	32,10%	13,20%	15,70%	7,70%
Total	28	151	166	39
	7,30%	39,30%	43,20%	10,20%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.4.2 Análisis de la pregunta 20- Tiene en cuenta los valores que quiere transmitir en sus mensajes.

Tabla 15: Resultados generales de la pregunta 20 sobre los valores que quiere transmitir en sus mensajes.

Pregunta 20.- Tiene en cuenta los valores que quiere transmitir en sus mensajes

Nunca	4
En ocasiones	40
Habitualmente	174
Siempre	164

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

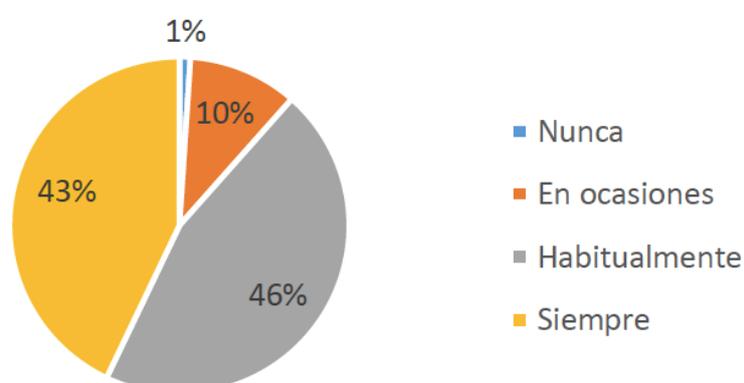


Ilustración 5: Resultados generales de la pregunta 20 teniendo en cuenta los valores que quiere transmitir en sus mensajes

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

A la hora de emitir mensajes, la muestra presta más atención a los valores que transmiten los mensajes propios que los recibidos, ya que el 89% de los encuestados habitualmente y siempre tienen en cuenta los valores a transmitir en sus mensajes propios.

Tabla 16: Resultados por universidad de la pregunta 20 sobre los valores que quiere transmitir en sus mensajes.

20. Tiene en cuenta los valores que quiere transmitir en sus mensajes				
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre
Universidad de Cuenca	0	7	41	42
	0,00%	7,80%	45,60%	46,70%
	0,00%	17,90%	24,10%	24,60%
Universidad Católica de Cuenca	2	23	80	77
	1,10%	12,60%	44,00%	42,30%
	50,00%	59,00%	47,10%	45,00%
Universidad del Azuay	0	4	25	25
	0,00%	7,40%	46,30%	46,30%
	0,00%	10,30%	14,70%	14,60%
Universidad Politécnica Salesiana	2	5	24	27
	3,40%	8,60%	41,40%	46,60%
	50,00%	12,80%	14,10%	15,80%
Total	4	39	170	171
	1,00%	10,20%	44,30%	44,50%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.4.3 Análisis de la pregunta 24.4- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.

Tabla 17: Resultados generales de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.

Pregunta 24.4.- Selecciona la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información

Nunca	19
En ocasiones	76
Habitualmente	171
Siempre	118

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Al momento de seleccionar información mediática para la actividad docente la muestra hace bastante hincapié en los valores implícitos en la información, lo cual ratifica una preocupación para que las herramientas mediáticas sigan una línea de valores propuesta por los docentes.

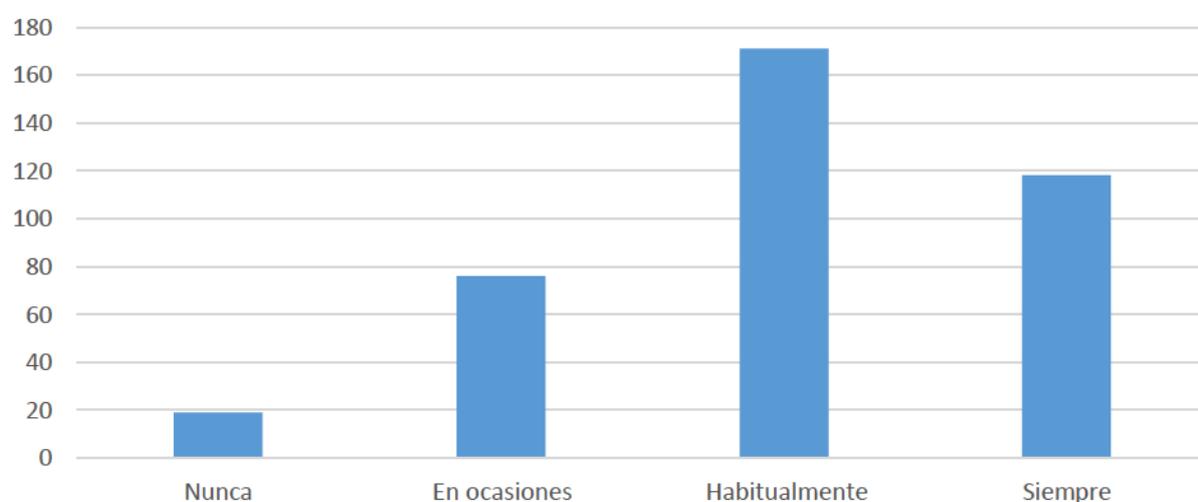


Ilustración 6: Resultados generales de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 18: Resultados por universidad de la pregunta 24.4 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta los valores o ideología implícita en la información.

24.4 Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta:

Los valores o ideología implícita en la información					
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	2	22	35	31	90
	2,20%	24,40%	38,90%	34,40%	100,00%
	10,50%	29,70%	19,80%	27,20%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	7	29	95	51	182
	3,80%	15,90%	52,20%	28,00%	100,00%
	36,80%	39,20%	53,70%	44,70%	47,40%
Universidad del Azuay	4	11	24	15	54
	7,40%	20,40%	44,40%	27,80%	100,00%
	21,10%	14,90%	13,60%	13,20%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	6	12	23	17	58
	10,30%	20,70%	39,70%	29,30%	100,00%
	31,60%	16,20%	13,00%	14,90%	15,10%
Total	19	74	177	114	384
	4,90%	19,30%	46,10%	29,70%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

El nivel de competencia en cuanto a la dimensión ideología y valores de los profesores es medio, como consecuencia más de la mitad de docentes encuestados no está en capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información (Ferrés y Piscitelli 2012).

En esta dimensión los profesores encuestados la competencia en cuanto a nivel en general es medio, ya que las 3 preguntas aplicadas a esta dimensión lo indican con una gran mayoría.

Al momento de analizar los resultados de todas las instituciones encuestadas, presentan similares respuestas con diferencia en la universidad Estatal de Cuenca, cuenta con un nivel alto de

competencia mediática en la dimensión ideología y valores, ya que el 46,70 % de los docentes contestaron que tienen en cuenta los valores al momento de que transmitir sus mensajes.

Tabla 19: Resultados generales de la dimensión ideología y valores por género

Ideología y valores			
Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
19	medio	45	42,4
20	medio	51,2	32,6
24.4	medio	47,9	43,1
Total puntos		144,1	118,1
Porcentaje en categoría		14,4	11,8

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

En cuanto a género se producen resultados en el indica que los hombre tienen mayor porcentaje de nivel medio en esta dimensión, tomando en cuenta que en nuestra muestra existe mayor cantidad de docente del sexo masculino.

2.5 Dimensión Tecnología

Se define a esta dimensión como la capacidad de interactuar con las plataformas y los instrumentos mediáticos y cuenta con dos indicadores importantes. El primero es la capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial, lo cual implica conocer el grado de manejo por parte de los profesores de estas herramientas, para esto se dispone conocer el nivel de conocimiento de las diferentes plataformas así como el grado de importancia de las mismas y su uso tal y como proponen (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Las preguntas planteadas para medir el grado de competencias en esta dimensión son: 16, 17 y 24.1.

2.5.1 Análisis de la pregunta 16- Reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.

Tabla 20: Resultados generales de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.

Pregunta 16.- Reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático

Nunca	61
En Ocasiones	162
Habitualmente	128
Siempre	33

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

En esta dimensión la competencia mediática es de menor nivel que las otras, ya que los profesores encuestados no muestran un alto nivel de reconocimiento de los diferentes programas informáticos de creación audiovisual. Para esto 59% de los encuestados indican que Nunca y en ocasiones reconocen las herramientas previamente mencionadas, lo cual los posiciona en un nivel bajo en cuanto a esta competencia.

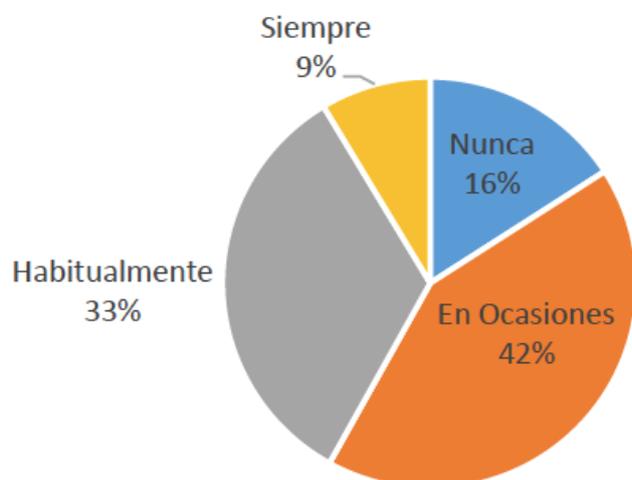


Ilustración 7 Resultados generales de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Tabla 21 Resultados por universidad de la pregunta 16 sobre si reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático.

16. Reconoce los programas informáticos utilizados con los que elabora una creación audiovisual o producto mediático

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	14	42	27	7	90
	15,60%	46,70%	30,00%	7,80%	100,00%
	23,30%	25,80%	20,80%	22,60%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	21	69	72	20	182
	11,50%	37,90%	39,60%	11,00%	100,00%
	35,00%	42,30%	55,40%	64,50%	47,40%
Universidad del Azuay	12	27	12	3	54
	22,20%	50,00%	22,20%	5,60%	100,00%
	20,00%	16,60%	9,20%	9,70%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	13	25	19	1	58
	22,40%	43,10%	32,80%	1,70%	100,00%
	21,70%	15,30%	14,60%	3,20%	15,10%
Total	60	163	130	31	384
	15,60%	42,40%	33,90%	8,10%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.5.2 Análisis de la pregunta 17- Utiliza correctamente diferentes programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.

Tabla 22 Resultados generales de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.

Pregunta 17.- Utiliza correctamente diferentes programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos

Nunca	54
En Ocasiones	158
Habitualmente	132
Siempre	40

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Sorpresivamente, los datos marcados anteriormente no se replican en programas informáticos para diseñar y difundir creaciones propias, ya que en esta categoría 45% de los encuestados dicen utilizar habitualmente y siempre herramientas de diseño, otro 41% indica que lo hace ocasionalmente, lo cual hace que esta categoría se posicione en un nivel medio en relación al uso de herramientas de diseño.

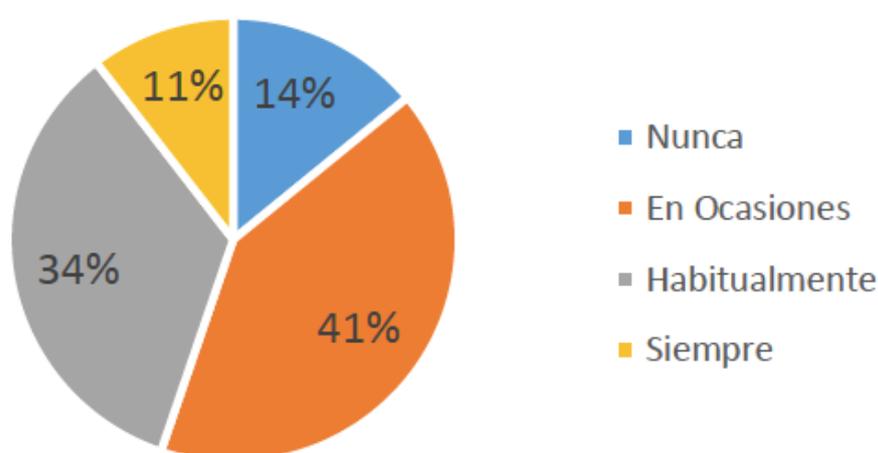


Ilustración 8: Resultados generales de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Tabla 23: Resultados por universidad de la pregunta 17 sobre el uso correcto de programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos.

17. Utiliza correctamente diferentes programas informáticos para diseñar y difundir sus propias creaciones o productos mediáticos

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	9	42	33	6	90
	10,00%	46,70%	36,70%	6,70%	100,00%
	17,30%	26,30%	24,80%	15,40%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	22	68	69	23	182
	12,10%	37,40%	37,90%	12,60%	100,00%
	42,30%	42,50%	51,90%	59,00%	47,40%
Universidad del Azuay	6	23	17	8	54
	11,10%	42,60%	31,50%	14,80%	100,00%
	11,50%	14,40%	12,80%	20,50%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	15	27	14	2	58
	25,90%	46,60%	24,10%	3,40%	100,00%
	28,80%	16,90%	10,50%	5,10%	15,10%
Total	52	160	133	39	384
	13,50%	41,70%	34,60%	10,20%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.5.3 Análisis de la pregunta 24.1- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.

Tabla 24: Resultados generales de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.

Pregunta 24.1.- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado	
Nunca	62
En Ocasiones	139
Habitualmente	131
Siempre	52

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Al momento de ejercer su actividad docente, los encuestados muestran una ocasional preocupación por la tecnología de donde proviene la información usada para lo cual esta dimensión se posiciona como media.

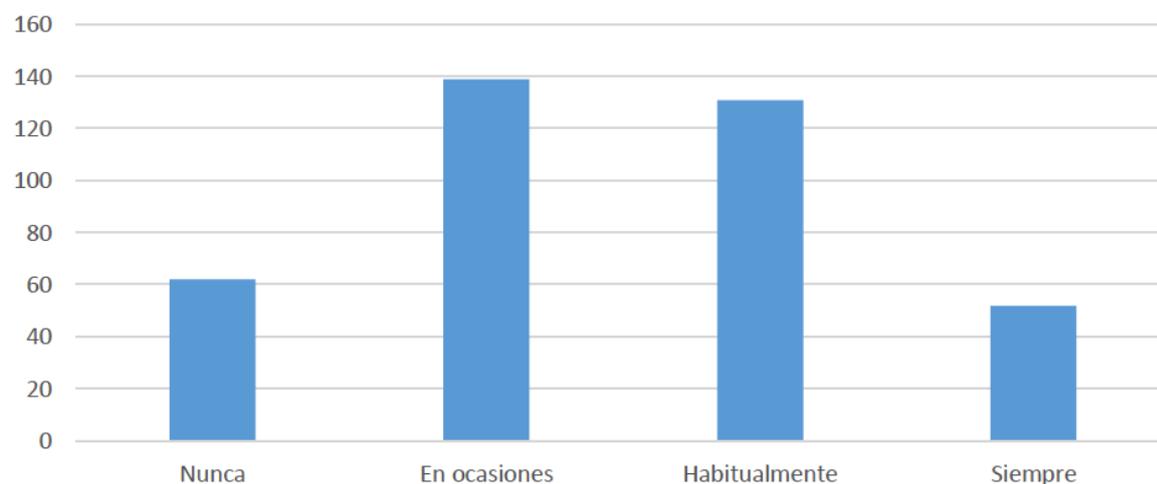


Ilustración 9: Resultados generales de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Tabla 25: Resultados por universidades de la pregunta 24.1 sobre información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la tecnología con la que se ha creado.

24.1. Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta La tecnología con la que se ha creado					
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	11	46	24	9	90
	12,20%	51,10%	26,70%	10,00%	100,00%
	17,50%	32,90%	18,50%	17,60%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	21	61	75	25	182
	11,50%	33,50%	41,20%	13,70%	100,00%
	33,30%	43,60%	57,70%	49,00%	47,40%
Universidad del Azuay	13	17	14	10	54
	24,10%	31,50%	25,90%	18,50%	100,00%
	20,60%	12,10%	10,80%	19,60%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	18	16	17	7	58
	31,00%	27,60%	29,30%	12,10%	100,00%
	28,60%	11,40%	13,10%	13,70%	15,10%
Total	63	140	130	51	384
	16,40%	36,50%	33,90%	13,30%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Los resultados en cuanto a las preguntas que se plantean en la dimensión tecnología, la mayoría está en tendencia baja, seguidas de un nivel de competencia medio, como lo indicamos anteriormente esta es la dimensión peor evaluada lo que apunta a una baja competencia mediática en cuanto a la tecnología.

Las universidades de que tienen el menor porcentaje en esta dimensión son la Universidad Estatal de Cuenca y la Universidad Católica de Cuenca.

Tabla 26: Resultados generales de la dimensión tecnología por género

Tecnología			
Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
16	bajo	45,4	42,4
17	bajo	41,7	41,7
24.1	bajo	39,2	31,9
Total puntos		126,3	116
Porcentaje en categoría		12,6	11,6

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

En esta dimensión la de más bajo nivel, en cuanto a género se producen similares resultados.

2.6 Dimensión Producción y difusión

Esta dimensión se define como la capacidad de producir y compartir contenidos. Se puede inferir que Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados (Ferrés y Piscitelli, 2012).

2.6.1 Análisis de la pregunta 24.6- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad en la producción y difusión de la información.

Tabla 27 Resultados generales de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.

Pregunta 24.6.-Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad en la producción y difusión de la información	
Nunca	11
En ocasiones	74
Habitualmente	183
Siempre	116

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Para esto los encuestados que seleccionan la información en su actividad docente buscan, habitualmente calidad en la producción y difusión de la información, hacen énfasis en reconocer las propiedades básicas de cada contenido que usan.

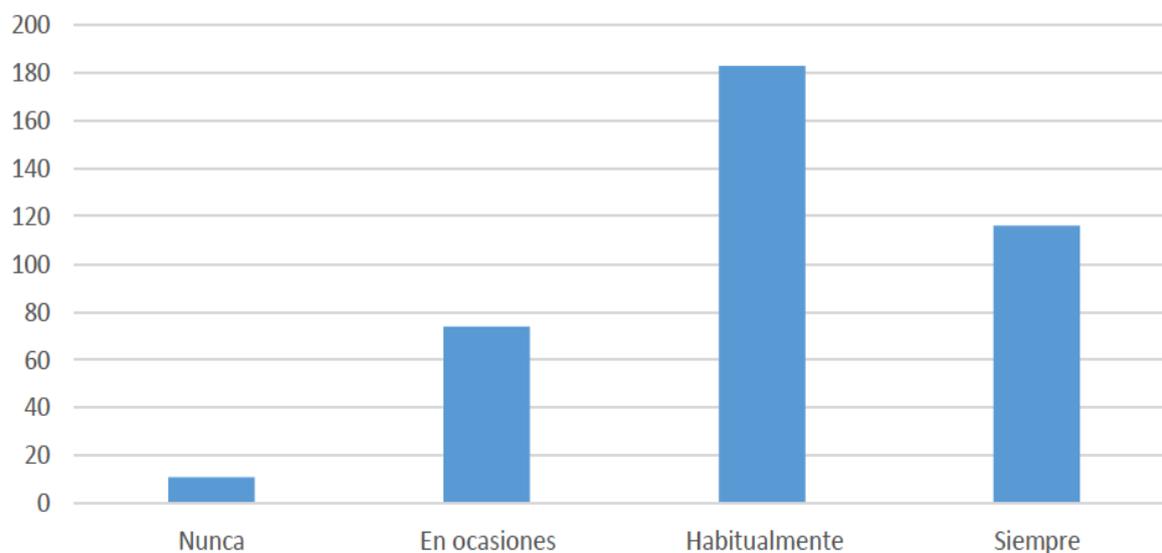


Ilustración 10: Resultados generales de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 28: Resultados por universidades de la pregunta 24.6 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad de la producción y difusión de la información.

24.6. Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta la calidad en la producción y difusión de la información

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	1	22	43	24	90
	1,10%	24,40%	47,80%	26,70%	100,00%
	10,00%	29,70%	23,00%	21,20%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	6	30	86	60	182
	3,30%	16,50%	47,30%	33,00%	100,00%
	60,00%	40,50%	46,00%	53,10%	47,40%
Universidad del Azuay	0	13	25	16	54
	0,00%	24,10%	46,30%	29,60%	100,00%
	0,00%	17,60%	13,40%	14,20%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	3	9	33	13	58
	5,20%	15,50%	56,90%	22,40%	100,00%
	30,00%	12,20%	17,60%	11,50%	15,10%
Total	10	74	187	113	384
	2,60%	19,30%	48,70%	29,40%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

La dimensión producción y difusión es una de las mejor evaluadas hasta el momento, ya que los profesores encuestados buscan calidad al momento de producir y difundir información.

Su resultado proviene de apenas una pregunta, por lo que podrían profundizarse para obtener resultados más sólidos, en estudios futuros.

Tabla 29: Resultados generales de la dimensión producción y difusión por género

Producción y Difusión

Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
24.6	medio	49,2	47,9
Total puntos		49,2	47,9
Porcentaje en categoría		49,2	47,9

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Estos son los resultados en cuanto a genero dentro de esta dimensión, .

2.7 Dimensión recepción e interacción

Esta competencia es definida por la capacidad de seleccionar con argumentos críticos y racionales su propia dieta mediática, es decir el uso de medios para interactuar con otros en sus actividades personales y docentes.

Las preguntas planteadas para medir el grado de competencias en esta dimensión son: 22, y 24.3.

2.7.1 Análisis de la pregunta 22- Utiliza los medios de comunicación interactivos para comunicarse con:

Tabla 30: Resultados generales de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Pregunta 22.- Utiliza los medios de comunicación interactivos para comunicarse con:						
	Redes sociales	Correo electrónico	Foros	Blogs, Webs propias	Whatsapp	Videoconferencia
Estudiantes	30	19	127	69	6	30
Colegas	64	19	29	29	91	81
Ambos	229	342	144	127	236	137
No lo utilizo	61	4	84	159	51	136

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se puede observar como los encuestados son usuarios de varias plataformas que permiten una comunicación bidireccional digital, ya que todos atraviesan un proceso mediático marcado por las TIC y éstas afectan a su día a día. Se observa como más del 90% de los encuestados usan el correo electrónico como herramienta para el intercambio de información. De la misma manera se observa que el uso de estas plataformas digitales no son exclusivas de un grupo u otro, sino que se manifiestan como transversales en sus vidas y su actividad académica.

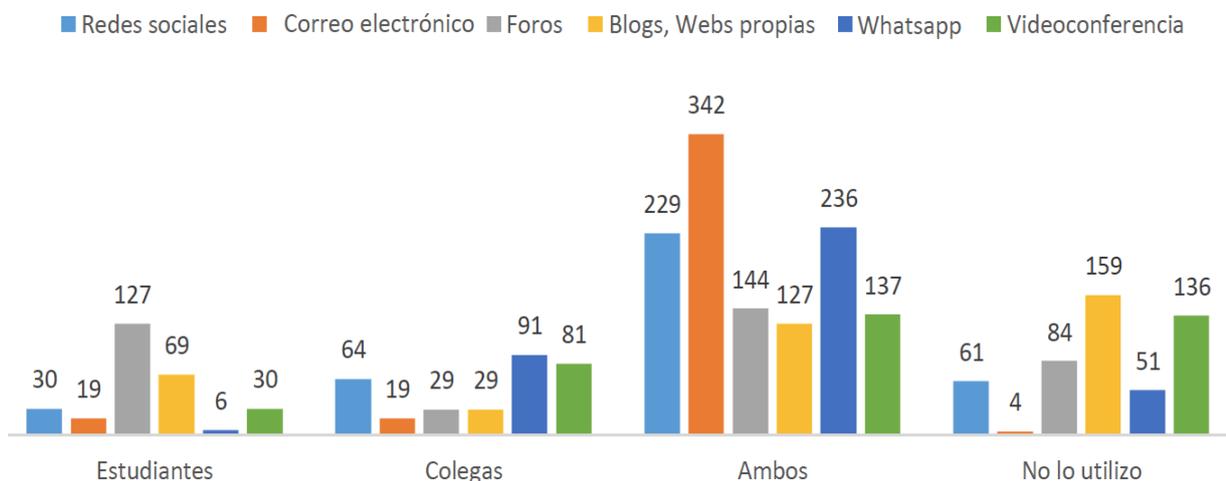


Ilustración 11: Resultados generales de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 31: Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Redes sociales					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	5	16	55	14	90
	5,60%	17,80%	61,10%	15,60%	100,00%
	17,90%	26,70%	23,70%	21,90%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	15	32	110	25	182
	8,20%	17,60%	60,40%	13,70%	100,00%
	53,60%	53,30%	47,40%	39,10%	47,40%
Universidad del Azuay	5	3	37	9	54
	9,30%	5,60%	68,50%	16,70%	100,00%
	17,90%	5,00%	15,90%	14,10%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	3	9	30	16	58
	5,20%	15,50%	51,70%	27,60%	100,00%
	10,70%	15,00%	12,90%	25,00%	15,10%
Total	28	60	232	64	384
	7,30%	15,60%	60,40%	16,70%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 32 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Correo electrónico					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	5	1	84	0	90
	5,60%	1,10%	93,30%	0,00%	100,00%
	26,30%	5,30%	24,60%	0,00%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	13	14	152	3	182
	7,10%	7,70%	83,50%	1,60%	100,00%
	68,40%	73,70%	44,40%	75,00%	47,40%
Universidad del Azuay	1	1	52	0	54
	1,90%	1,90%	96,30%	0,00%	100,00%
	5,30%	5,30%	15,20%	0,00%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	0	3	54	1	58
	0,00%	5,20%	93,10%	1,70%	100,00%
	0,00%	15,80%	15,80%	25,00%	15,10%
Total	19	19	342	4	384
	4,90%	4,90%	89,10%	1,00%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 33 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Foros					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	31	8	27	24	90
	34,40%	8,90%	30,00%	26,70%	100,00%
	24,20%	29,60%	18,60%	28,60%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	61	10	75	36	182
	33,50%	5,50%	41,20%	19,80%	100,00%
	47,70%	37,00%	51,70%	42,90%	47,40%
Universidad del Azuay	10	6	21	17	54
	18,50%	11,10%	38,90%	31,50%	100,00%
	7,80%	22,20%	14,50%	20,20%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	26	3	22	7	58
	44,80%	5,20%	37,90%	12,10%	100,00%
	20,30%	11,10%	15,20%	8,30%	15,10%
Total	128	27	145	84	384
	33,30%	7,00%	37,80%	21,90%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 34: Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Blogs, Webs propias					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	11	10	22	47	90
	12,20%	11,10%	24,40%	52,20%	100,00%
	15,90%	33,30%	17,10%	30,10%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	42	13	58	69	182
	23,10%	7,10%	31,90%	37,90%	100,00%
	60,90%	43,30%	45,00%	44,20%	47,40%
Universidad del Azuay	4	5	20	25	54
	7,40%	9,30%	37,00%	46,30%	100,00%
	5,80%	16,70%	15,50%	16,00%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	12	2	29	15	58
	20,70%	3,40%	50,00%	25,90%	100,00%
	17,40%	6,70%	22,50%	9,60%	15,10%
Total	69	30	129	156	384
	18,00%	7,80%	33,60%	40,60%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 35 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Whatsapp					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	0	27	52	11	90
	0,00%	30,00%	57,80%	12,20%	100,00%
	0,00%	28,70%	22,70%	20,40%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	5	43	109	25	182
	2,70%	23,60%	59,90%	13,70%	100,00%
	71,40%	45,70%	47,60%	46,30%	47,40%
Universidad del Azuay	2	11	33	8	54
	3,70%	20,40%	61,10%	14,80%	100,00%
	28,60%	11,70%	14,40%	14,80%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	0	13	35	10	58
	0,00%	22,40%	60,30%	17,20%	100,00%
	0,00%	13,80%	15,30%	18,50%	15,10%
Total	7	94	229	54	384
	1,80%	24,50%	59,60%	14,10%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 36 Resultados por universidades de la pregunta 22 sobre el uso de medios de comunicación interactivos para comunicarse con.

Videoconferencia					
	Estudiantes	Colegas	Ambos	No lo utilizo	Total
Universidad de Cuenca	4	24	30	32	90
	4,40%	26,70%	33,30%	35,60%	100,00%
	13,80%	28,20%	22,40%	23,50%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	21	24	68	69	182
	11,50%	13,20%	37,40%	37,90%	100,00%
	72,40%	28,20%	50,70%	50,70%	47,40%
Universidad del Azuay	4	12	17	21	54
	7,40%	22,20%	31,50%	38,90%	100,00%
	13,80%	14,10%	12,70%	15,40%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	0	25	19	14	58
	0,00%	43,10%	32,80%	24,10%	100,00%
	0,00%	29,40%	14,20%	10,30%	15,10%
Total	29	85	134	136	384
	7,60%	22,10%	34,90%	35,40%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.7.2 Análisis de la pregunta 24.3- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada esa información.

Tabla 37 Resultados generales de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.

Pregunta 24.3 Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada esa información

Nunca	14
En ocasiones	69
Habitualmente	200
Siempre	101

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se puede observar que el nivel de esta competencia es alto ya que los encuestados se preocupan por el receptor de los mensajes, de esta manera 79% de los encuestados seleccionan sus mensajes en base a sus alumnos.

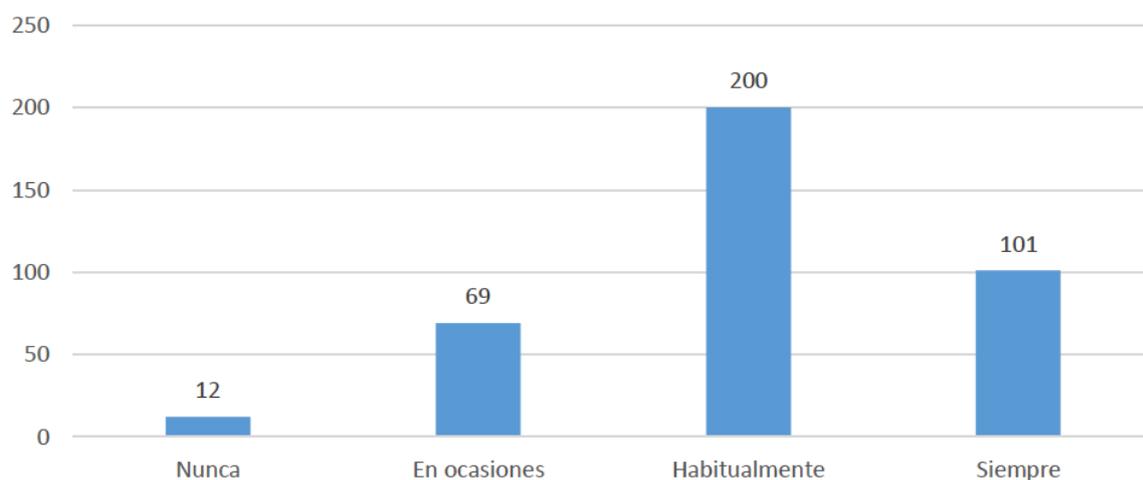


Ilustración 12: Resultados generales de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 38: Resultados por universidades de la pregunta 24.3 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada la información.

24.3 Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta a quien va destinada esa información

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	0	21	47	22	90
	0,00%	23,30%	52,20%	24,40%	100,00%
	0,00%	31,30%	23,20%	22,00%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	8	27	97	50	182
	4,40%	14,80%	53,30%	27,50%	100,00%
	57,10%	40,30%	47,80%	50,00%	47,40%
Universidad del Azuay	0	8	30	16	54
	0,00%	14,80%	55,60%	29,60%	100,00%
	0,00%	11,90%	14,80%	16,00%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	6	11	29	12	58
	10,30%	19,00%	50,00%	20,70%	100,00%
	42,90%	16,40%	14,30%	12,00%	15,10%
Total	14	67	203	100	384
	3,60%	17,40%	52,90%	26,00%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Los resultados de esta dimensión se encuentran entre los más altos de los profesores, ya que cuentan con la capacidad del uso de medios para interactuar con otros en sus actividades, los encuestados manejan varias plataformas lo cual les permite estar comunicados entre sí.

Tabla 39: Resultados generales de la dimensión recepción e interacción por género

Recepción e interacción

Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
24.3	medio	57,1	45,8
Total puntos		57,1	45,8
Porcentaje en categoría		57,1	45,8

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.8 Dimensión Estética

Se define como la capacidad de identificar los elementos artísticos y estéticos en los mensajes y productos mediáticos. Esto significa que los docentes tienen la capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Las preguntas planteadas para medir el grado de competencias en esta dimensión son: 12, 13, y 24.2.

2.8.1 Análisis de la pregunta 12- Reconoce cuándo una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico

Tabla 40: Resultados generales de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico.

Pregunta 12.- Reconoce cuándo una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico	
Nunca	12
En ocasiones	112
Habitualmente	166
Siempre	94

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Esta competencia es una competencia crítica a la cual le importa establecer cuáles son las exigencias estéticas de los docentes a la hora de consumir material mediático. Se puede observar que más del 43% reconoce cuándo un producto mediático no comunica con elementos estéticos.

■ Nunca ■ En ocasiones ■ Habitualmente ■ Siempre

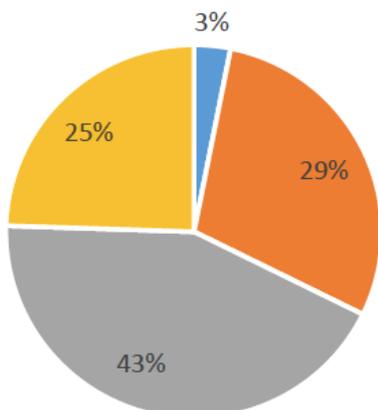


Ilustración 13: Resultados generales de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 41: Resultados por universidades de la pregunta 12 sobre si reconoce cuando una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico.

Reconoce cuándo una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico					
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	2	25	36	27	90
	2,20%	27,80%	40,00%	30,00%	100,00%
	16,70%	22,50%	22,10%	27,60%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	8	50	87	37	182
	4,40%	27,50%	47,80%	20,30%	100,00%
	66,70%	45,00%	53,40%	37,80%	47,40%
Universidad del Azuay	1	14	15	24	54
	1,90%	25,90%	27,80%	44,40%	100,00%
	8,30%	12,60%	9,20%	24,50%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	1	22	25	10	58
	1,70%	37,90%	43,10%	17,20%	100,00%
	8,30%	19,80%	15,30%	10,20%	15,10%
Total	12	111	163	98	384
	3,10%	28,90%	42,40%	25,50%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.8.2 Análisis de la pregunta 13- Cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.

Tabla 42: Resultados generales de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.

Pregunta 13.- Cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico	
Nunca	14
En ocasiones	86
Habitualmente	157
Siempre	127

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

De la misma forma, y ratificando lo anteriormente expuesto, más del 74% de los encuestados coinciden en tomar en cuenta el sentido estético a la hora de producir contenidos para sus alumnos.

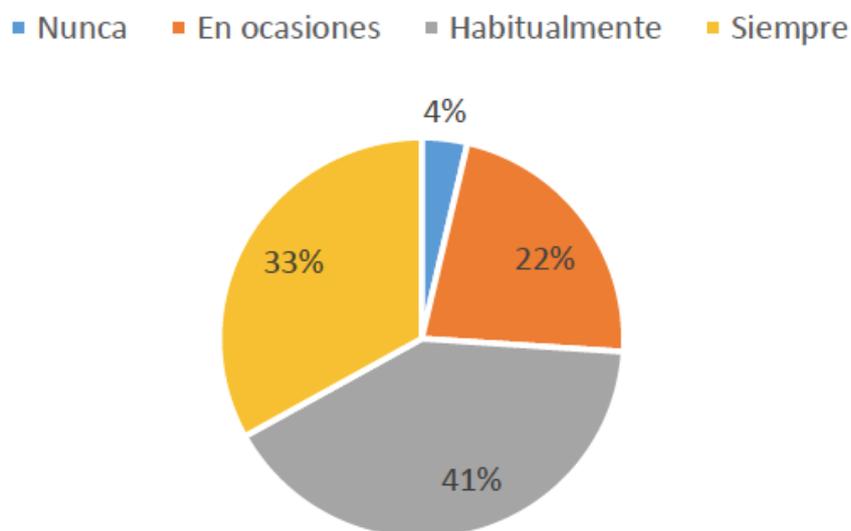


Ilustración 14: Resultados generales de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Tabla 43: Resultados por universidades de la pregunta 13 sobre cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico.

Cuando elabora un mensaje o contenido mediático tiene en cuenta el sentido estético o artístico					
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	2	16	45	27	90
	2,20%	17,80%	50,00%	30,00%	100,00%
	13,30%	18,60%	29,20%	20,90%	23,40%
Universidad Católica de Cuenca	9	37	69	67	182
	4,90%	20,30%	37,90%	36,80%	100,00%
	60,00%	43,00%	44,80%	51,90%	47,40%
Universidad del Azuay	2	13	16	23	54
	3,70%	24,10%	29,60%	42,60%	100,00%
	13,30%	15,10%	10,40%	17,80%	14,10%
Universidad Politécnica Salesiana	2	20	24	12	58
	3,40%	34,50%	41,40%	20,70%	100,00%
	13,30%	23,30%	15,60%	9,30%	15,10%
Total	15	86	154	129	384
	3,90%	22,40%	40,10%	33,60%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.8.3 Análisis de la pregunta 24.2- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística

Tabla 44: Resultados generales de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.

Pregunta 24.2.- Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística	
Nunca	15
En ocasiones	99
Habitualmente	175
Siempre	95

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Así mismo a la hora de seleccionar información, no producida por ellos, los educadores miran la calidad artística antes de compartirla con sus estudiantes.

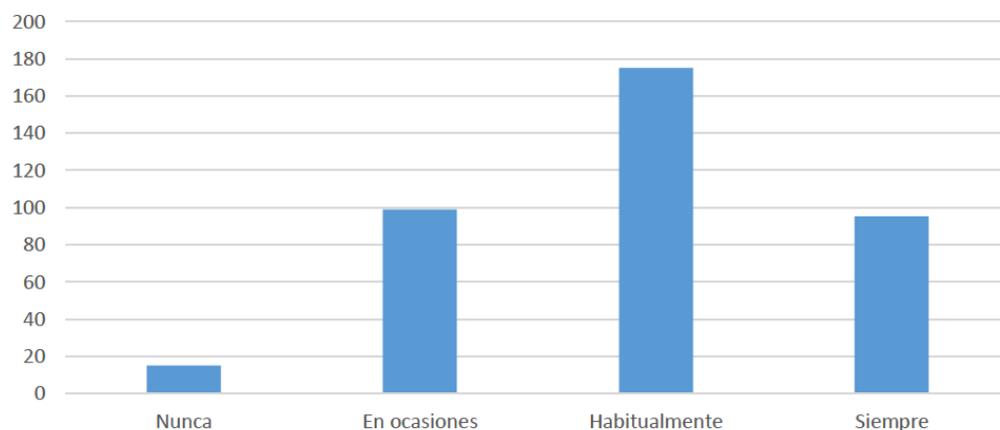


Ilustración 15: Resultados generales de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 45: Resultados por universidades de la pregunta 24,2 sobre la información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística.

24.2 Selecciona información mediática para su actividad docente teniendo en cuenta su calidad estética o artística					
	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre	Total
Universidad de Cuenca	2	22	48	18	90
	2,20%	24,40%	53,30%	20,00%	100,00%
Universidad Católica de Cuenca	14,30%	21,40%	27,40%	19,60%	23,40%
	7	45	87	43	182
Universidad Católica de Cuenca	3,80%	24,70%	47,80%	23,60%	100,00%
	50,00%	43,70%	49,70%	46,70%	47,40%
Universidad del Azuay	2	12	19	21	54
	3,70%	22,20%	35,20%	38,90%	100,00%
Universidad del Azuay	14,30%	11,70%	10,90%	22,80%	14,10%
	3	24	21	10	58
Universidad Politécnica Salesiana	5,20%	41,40%	36,20%	17,20%	100,00%
	21,40%	23,30%	12,00%	10,90%	15,10%
Total	14	103	175	92	384
	3,60%	26,80%	45,60%	24,00%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Esta es otra de las dimensiones mejor evaluadas, ya que se obtuvieron los mejores resultados, con casi una alta competencia en esta dimensión.

Tabla 46: Resultados generales de la dimensión estético por género

Estética			
Pregunta	Competencia	Masculino	Femenino
12	medio	45,8	36,8
13	medio	40,8	38,9
24.2	medio	45,4	45,8
Total puntos		132	121,5
Porcentaje en categoría		13,2	12,1

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.9 Uso docente de los medios

Esta es una competencia que se refiere al uso específico de medios en el área académica con fines educativos. Se hace referencia además a cómo los medios afectan las labores de los educadores.

Las preguntas planteadas para medir el grado de competencia en esta dimensión son 10, 11, 21 y 23.

2.9.1 Análisis de la pregunta 10- Los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.

Tabla 47 Resultados generales de la pregunta 10 sobre los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.

Pregunta 10.- Los medios de comunicación influyen en su actividad profesional				
	Nunca	En Ocasiones	Habitualmente	Siempre
Televisión	62	202	83	37
Prensa	35	191	119	39
Redes Sociales	44	147	135	58

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca
Elaboración: Propia

Se puede observar como de hecho, medios masivos así como el internet tienen una afección intermitente en los docentes encuestados. Si bien la mayoría coincide que los medios afectan ocasional y habitualmente, también dan cuenta de cómo la prensa y la televisión tienen presencias fuertes dentro de su labor.

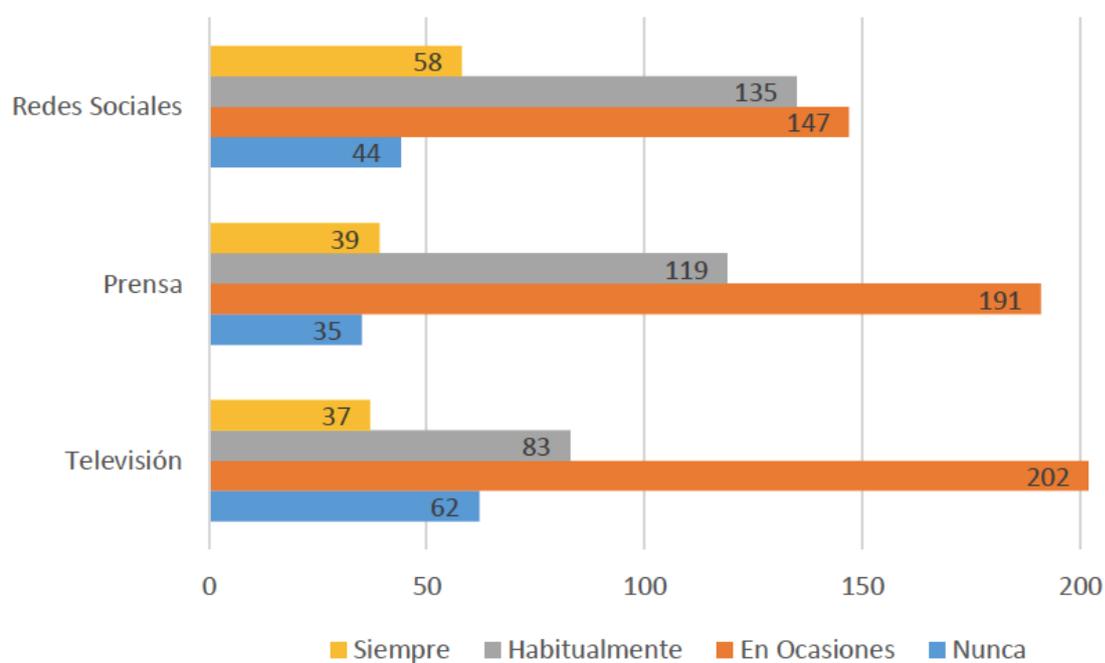


Ilustración 16: Resultados generales de la pregunta 10 sobre los medios de comunicación influyen en su actividad profesional.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.9.2 Análisis de la pregunta 11- Utiliza los medios de comunicación y las redes para sus tareas de investigación.

Tabla 48: Resultados generales pregunta 11 sobre uso de los medios de comunicación y las redes para sus tareas de investigación.

Utiliza los medios de comunicación y las redes para sus tareas de investigación				
	Nunca	En Ocasione	Habitualmente	Siempre
Facebook	155	122	73	34
Research gate	166	98	84	36
academia.edu	65	132	135	52
Televisión	135	184	49	16

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se observa que los medios son utilizados abiertamente para tareas de investigación, pero que sin embargo su uso se hace habitualmente y en ocasiones. Se observa como academia.edu es el medio más usado entre los profesores, y el menos usado es Facebook.

Análisis de la pregunta 21-

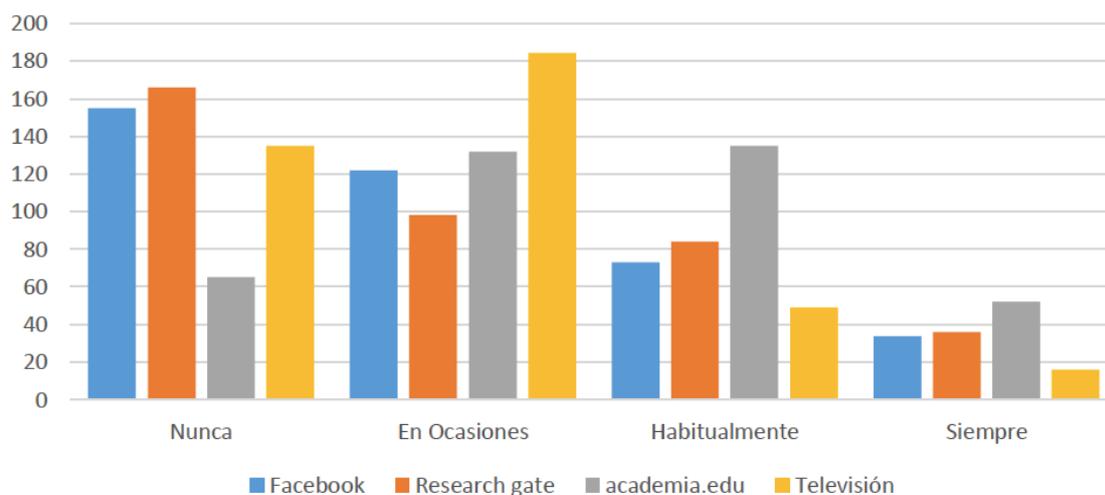


Ilustración 17: Resultados generales de la pregunta 21 sobre el uso de los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Tabla 49: Resultados generales de la pregunta 21 sobre utiliza los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc

Utiliza los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc														
	Televisión	Programas educativos de libre disposición	Presentación con diapositivas	Blogs	Webquest	Portales educativos	Red es socia les	Banco de imágenes y sonidos	Foros	Programas educativos comerciales	Ra dio	Prensa	Programas de edición de imágenes	Programa de edición de videos
Nunca	137	37	5	76	190	29	91	81	56	127	171	99	90	114
En ocasiones	181	149	42	157	129	148	157	158	193	170	149	193	173	176
Habitualmente	56	157	156	122	55	152	102	111	93	72	50	73	90	80
Siempre	10	41	181	29	10	55	34	34	42	15	14	19	31	14

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se observa aquí que el recurso más utilizado son las presentaciones de diapositivas, esto puede deberse a la utilidad que éstas poseen así como su amplio uso a través de los tiempos. Se observa también que medios masivos como la radio no son usados para ampliar contenidos. Este cuadro da cuenta de la amplia variedad de recursos que pueden ser usados dentro de la actividad docente, sin embargo se observa como los educadores se limitan a usar los que replican su actividad docente de manera digital, es decir que cuentan con los elementos análogos y son sustituidos por una tecnología digital. Esto se aplica para el uso de Blogs, redes sociales, portales educativos, foros y otros que hacen sus veces de libros, clases presenciales, y charlas.

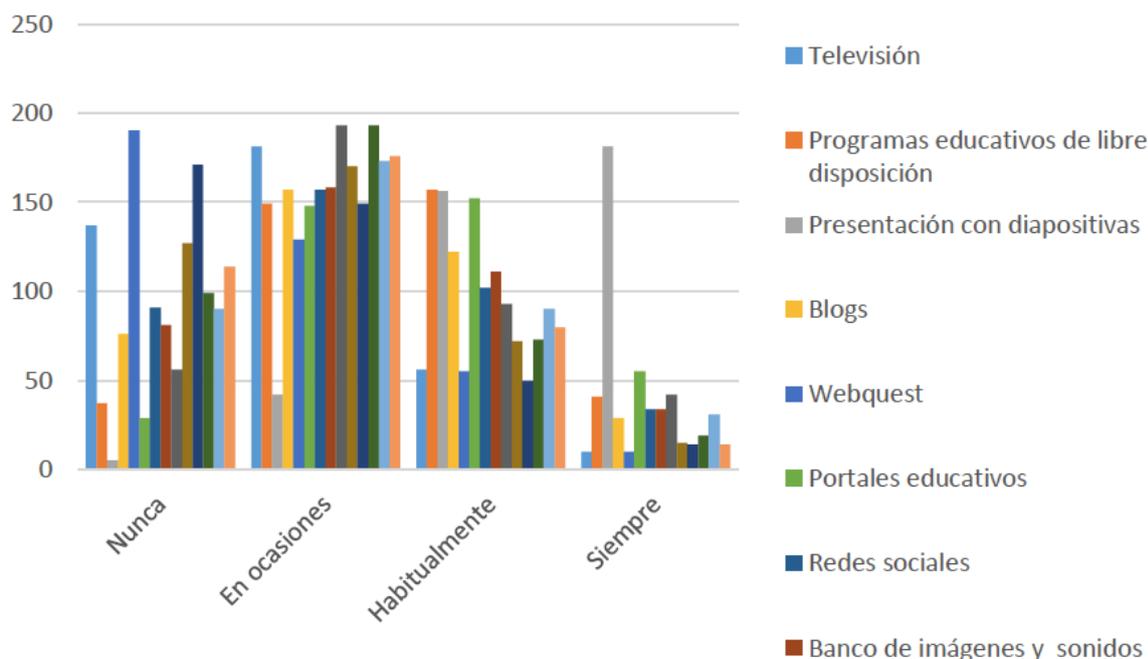


Ilustración 18: Resultados generales de la pregunta 21 sobre utiliza los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc .

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.9.3 Análisis de la pregunta 23- Selecciona información para su actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.

Tabla 50: Resultados generales de la pregunta 23 sobre la información para la actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.

Pregunta 23 Selecciona información para su actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.

	Televisión	Radio	Cine	Webs y Blogs	Redes Sociales	Videos	Prensa
Nunca	130	155	150	61	119	10	72
En ocasiones	189	182	173	153	149	128	195
Habitualmente	50	35	49	138	95	177	91
Siempre	15	12	12	32	21	69	26

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Se observa cómo los datos en esta categoría están aglutinados entre los niveles bajo y medio, lo cual implica una deficiencia mediática en cuanto a la búsqueda de fuentes externas, sin embargo se señalan a las webs y Blogs como los recursos más utilizados después de los videos.

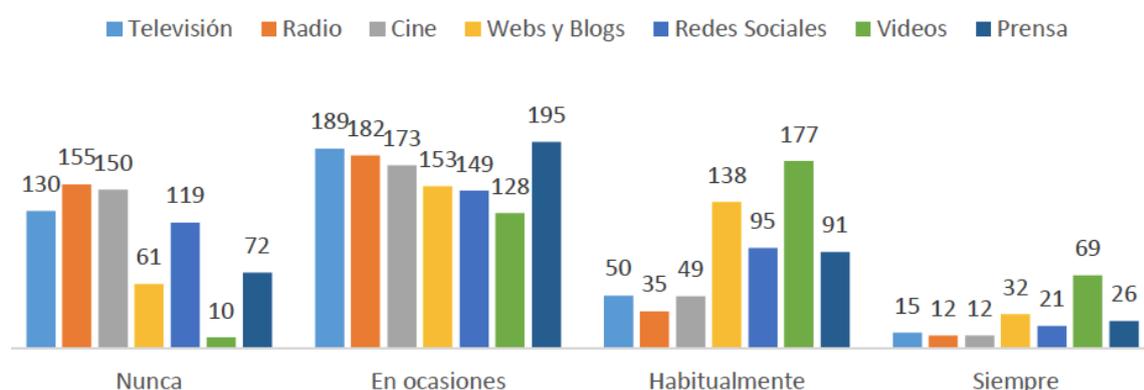


Ilustración 19: Resultados generales de la pregunta 23 sobre la información para la actividad docente procedente de distintos medios de comunicación.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

2.10 Responsabilidad docente

Esta última competencia hace referencia al deber que los educadores tienen para guiar a sus alumnos así como direccionarlos a una educación mediática más completa.

Para analizar esta dimensión y medir el grado de competencia se utilizaron las siguientes preguntas: 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31.

Tabla 51: Resultados generales de las preguntas 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31, correspondientes a responsabilidad docente.

	Nunca	En ocasiones	Habitualmente	Siempre
Fomenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula	14	136	168	66
Propone actividades a sus estudiantes que fomenten un uso responsable de los medios	9	112	153	110
Evalúa el uso adecuado de los recursos mediáticos por parte de sus estudiantes	19	127	149	89
Anima a los estudiantes a denunciar malas prácticas o uso inadecuado de los medios	83	100	102	99
Considero importante incorporar la alfabetización mediática en los estudios universitarios	9	55	119	201
Los docentes universitarios son responsables de la educación en medios de nuestros estudiantes	6	87	128	163

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

En este primer gráfico se observa que los profesores están conscientes de la necesidad por fomentar la producción mediática de sus estudiantes. Esta categoría se encuentra en un nivel medio, ya que 61% de los encuestados indican que habitualmente y siempre fomentan la producción mediática.

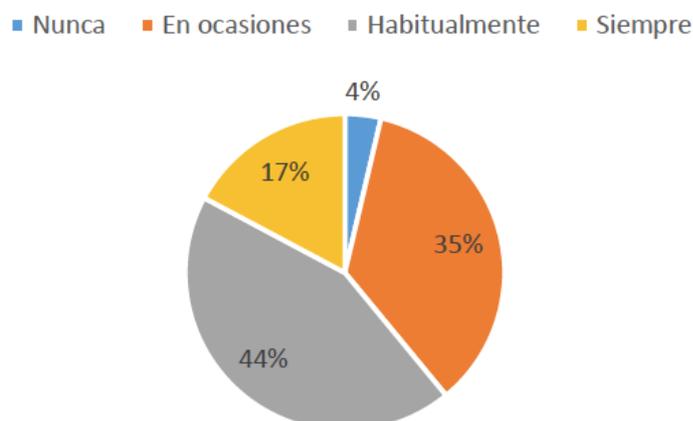


Ilustración 20: Resultados generales de la pregunta 25 de responsabilidad docente tomando en cuenta la producción mediática de sus estudiantes en el aula.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Seguido a este gráfico se puede observar que al fomentar la producción mediática casi axiomáticamente se propone de manera mayoritaria que las actividades mediáticas deben realizarse de manera responsable. Se observa como habitualmente los profesores (40%) de las universidades fomentan el uso responsable de medios, por otro lado lo hacen siempre y en ocasiones 58% de los profesores. Al evaluar el uso adecuado de los recursos mediáticos los profesores repiten la tendencia de la respuesta anterior y ratifican su alto nivel de responsabilidad como docentes. Se puede observar en el segundo gráfico que existe un nivel alto en esta competencia mediática.

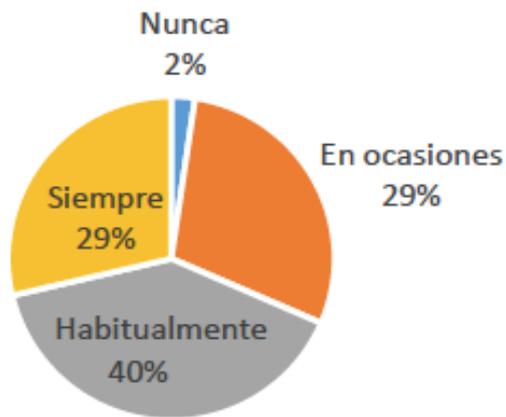


Ilustración 21: Resultados en general de la pregunta 26 sobre la de responsabilidad docente de uso responsable de medios

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

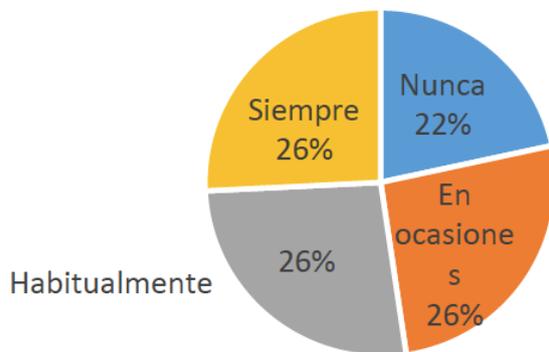


Ilustración 22: Resultados generales de la pregunta 28 sobre la responsabilidad docente, anima a sus estudiantes a denunciar malas prácticas.

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Sin embargo se puede observar como la muestra está dividida de manera igualitaria a la hora de animar a sus estudiantes a denunciar malas prácticas mediáticas lo cual indica un nivel medio en esta categoría, encontramos que la muestra si bien propone e incentiva a sus alumnos no muestra el mismo interés por denunciar malas prácticas.

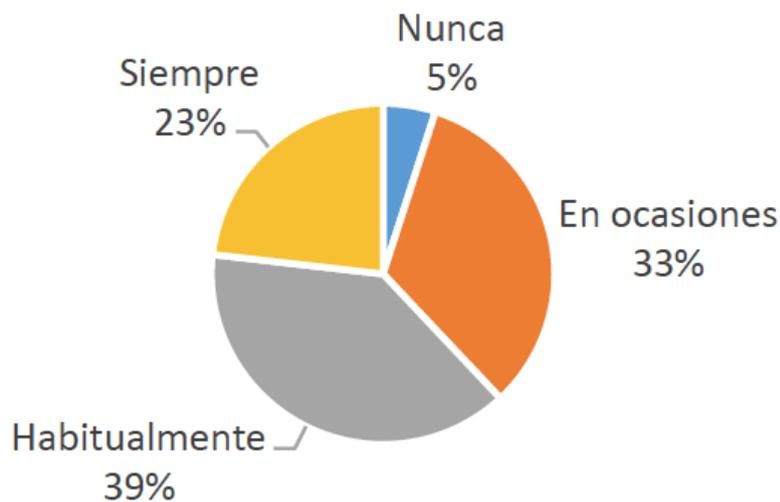


Ilustración 23: Resultados generales de la pregunta 27 sobre responsabilidad docente, evalúa el uso adecuado de los recursos mediáticos

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

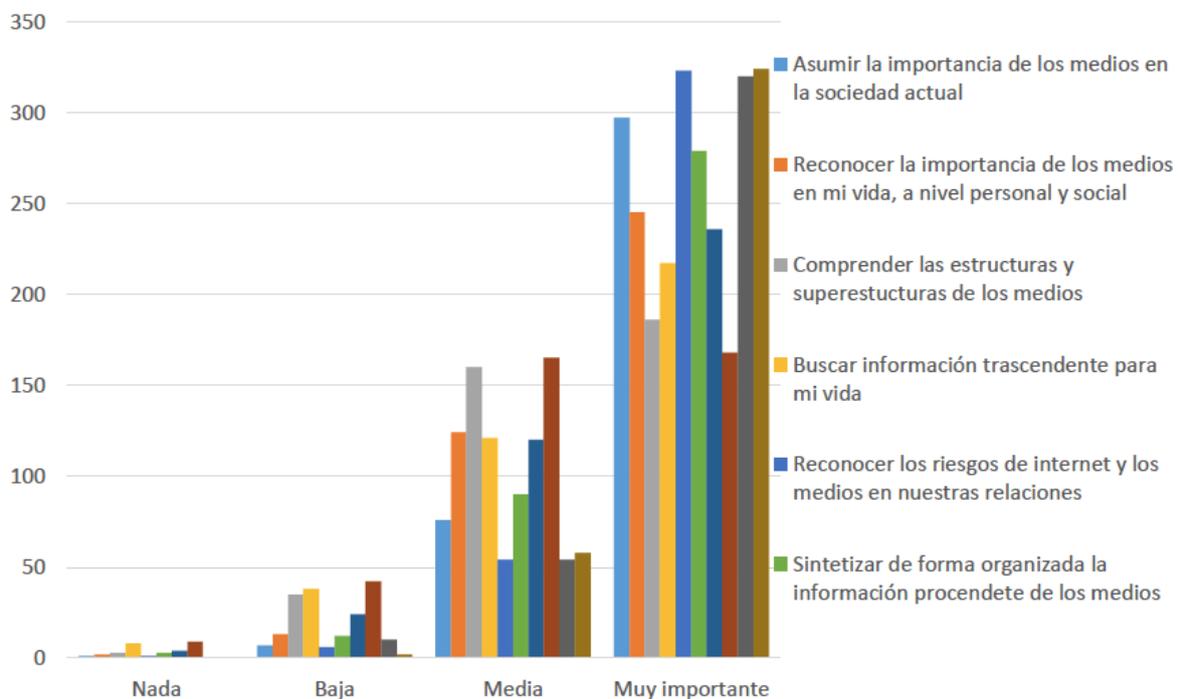


Ilustración 24

Resultados generales de la pregunta 31 sobre su experiencia, valora el grado de importancia de las siguientes competencias relacionadas con la educación mediática

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

De la misma manera se evaluó en la dimensión de responsabilidad docente el grado de importancia de ciertas competencias de la educación mediática relacionadas con el rol del docente a la hora de impartir conocimientos que sean relacionados a medios y dispositivos. Aquí se hace alusión también a la labor de guía que el docente cumple a la hora de trabajar en la mediación de la educación y sus diferentes dispositivos.

Se puede observar un nivel alto de competencia en este aspecto, ya que los educadores coinciden que la mayoría, sino todas, las categorías propuestas, entre estas se destacan *Reconocer los riesgos de internet y los medios en nuestras relaciones* y *Consumir medios de manera ética y responsable* lo cual indica la preocupación por los educadores a que se consuman más medios de manera responsable, reconociendo los riesgos que estos implican.

Tabla 52: Resultados generales de la pregunta 31 sobre la experiencia, valora el grado de importancia de las siguientes competencias relacionadas con la educación mediática.

	<i>Asumir la importancia de los medios en la sociedad actual</i>	<i>Reconocer la importancia de los medios en mi vida, a nivel personal y social</i>	<i>Comprender las estructuras y superestructuras de los medios</i>	<i>Buscar información trascendente para mi vida</i>	<i>Reconocer los riesgos de internet y los medios en nuestras relaciones</i>	<i>Sintetizar de forma organizada la información procedente de los medios</i>	<i>Reconocer las ventajas del uso de los medios en mi vida</i>	<i>Ser prosumer: Productor y consumidor, al mismo tiempo, de los medios de comunicación</i>	<i>Consumir medios de manera ética y responsable</i>	<i>Ser capaz de usar TIC con capacidad técnica y crítica</i>
<i>Nada</i>	1	2	3	8	1	3	4	9	0	0
<i>Baja</i>	7	13	35	38	6	12	24	42	10	2
<i>Media</i>	76	124	160	121	54	90	120	165	54	58
<i>Muy importante</i>	297	245	186	217	323	279	236	168	320	324

Fuente: Docentes de las Universidades de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

CAPITULO 3

Conclusiones y Recomendaciones

A continuación presentamos algunas conclusiones que hemos obtenidos a lo largo de esta investigación en competencias mediáticas de los profesores universitarios de la ciudad de Cuenca.

Estos son algunos de los resultados obtenidos: el mayor porcentaje de profesores es de sexo masculino (63%), la mayoría de los cuales pertenecen al área de ingeniería y arquitectura (37%).

159 profesores nos indicaron que nunca recibieron formación sobre alfabetización mediática, que equivale a un 41% seguido de 96 profesores (25%) que se instruyeron de manera autodidacta.

Se determinó que el nivel de competencia mediático de los profesores universitarios de la ciudad de Cuenca se encuentra en un nivel medio.

En la dimensión lenguaje obtenemos los siguientes puntajes: el conocimiento de los distintos lenguajes audiovisuales no es óptimo, ya que los encuestados en las tres preguntas respondieron que su conocimiento con respecto a lenguaje es de nivel medio, en la pregunta 15 se podría llegar a resultados más certeros sobre la creación de productos audiovisuales si se preguntara a los encuestados si de hecho producen videos.

Se determinó que los encuestados, a la hora de seleccionar información mediática, para su trabajo docente habitualmente se preocupan por el tratamiento del lenguaje audiovisual.

Resulta evidente que es necesario tomar acciones en esta importante área de las competencias mediáticas en futuras capacitaciones.

En cuanto a la dimensión ideología y valores, esta se mide con tres preguntas y los docentes identifican medianamente conceptos y mensajes en los medios de comunicación.

Cuando emiten un mensaje, los encuestados prestan más atención a los valores que transmiten los mensajes propios que los recibidos, ya que el 89% de los encuestados habitualmente y siempre tienen en cuenta los valores a transmitir en sus mensajes propios.

En la selección de información mediática para la actividad docente los profesores hacen bastante hincapié en los valores implícitos en la información, lo cual ratifica una preocupación por que las herramientas mediáticas sigan una línea de valores propuesta por los docentes.

Una vez más es importante realizar evaluaciones a corto plazo para medir si los profesores están incorporando estos nuevos conocimientos en el aula.

Los resultados en la dimensión tecnología demuestran que la competencia mediática es de menor nivel que las otras, ya que los encuestados no muestran un alto nivel de reconocimientos de los diferentes programas informáticos de creación audiovisual. Un 59% de los docentes encuestados manifiesta que nunca y en ocasiones reconocen las herramientas mencionadas.

En la pregunta 24.1 cambian los resultados, con respecto a los datos mencionados anteriormente, en los programas informáticos para diseñar y difundir creaciones propias (45%) de los profesores indican utilizar habitualmente y siempre herramientas de diseño, mientras 41% indica que lo hace ocasionalmente, lo cual hace que esta categoría se posicione en un nivel medio en relación al uso de herramientas de diseño.

Esta dimensión es la que obtuvo el puntaje más bajo de competencia mediática, con lo cual determinamos que existe carencias en competencias mediáticas.

Se sugiere mayor capacitación para mejorar su competencia en cuanto al uso y manejo de tecnología digital dentro y fuera del aula.

Al medir la dimensión de producción y difusión, la mayoría de docentes encuestados indican que buscan calidad en la producción y difusión de la información.

En esta dimensión no se profundizó su análisis ya que solo tenemos una pregunta para sacar conclusiones.

Sobre la dimensión conocida como recepción e interacción, se conoció que los profesores encuestados son usuarios de varias plataformas que permiten una comunicación digital, el 90% indica que utiliza el correo electrónico para el intercambio de información.

En esta dimensión tenemos un nivel de competencia alto ya que los encuestados se preocupan por el receptor de los mensajes, esta dimensión es la mejor evaluada en este estudio.

Con esta dimensión contestamos uno de nuestro objetivos plateados ya que identificamos el uso de las TIC en profesores universitarios de la ciudad de Cuenca.

Se recomienda capacitaciones continuas, para mantener al día en todas las plataformas digitales.

En la dimensión estética, los encuestados indican que es muy importante establecer las exigencias estéticas con respecto al material mediático, ya que un importante porcentaje de encuestados (43%) conoce cuando un producto no comunica con elementos estéticos.

La mayoría de los profesores encuestados 74%, toman mucho en cuenta lo estético para producir contenidos para sus alumnos, de igual manera los docentes buscan la mejor calidad en información no producida por ellos a la hora de compartir con sus estudiantes.

Sería importante realizar evaluaciones a corto plazo para medir si los docentes se están involucrando en estos nuevos conocimientos.

Para concluir me gustaría acotar que en general se logró que los docentes participen y se interesen en las competencias mediáticas.

Estoy segura que muchos de los docentes querrán ser capacitados en competencias

mediáticas y aplicar cada herramienta y nuevo conocimiento con sus alumnos, cada universidad se verá obligada a construir más aulas de computación, ampliar sus redes de internet y actualizar sus herramientas tecnológicas, para abrir paso por completo a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para la educación.

BIBLIOGRAFIA

Aguaded Gómez J.I., & Guzmán Franco, M.D. (2014). Competencia mediática y educación: una alianza necesaria. *Comunicación y Pedagogía*, 273-274.

Aguaded, J. I., & Guerra, S. (enero-diciembre de 2012). Razones para una educación mediática en la sociedad multipantanas. *Sphera Pública* (12), 21-39.

Aguaded-Gómez, I. y Pérez Rodríguez, M.A. (2012). "Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía". *New Approaches In Educational Research* (1, nº 1), 25-30.

Asamblea Constitucional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador artículo 347, numeral 8. Ecuador: artículo 347, numeral 8.

Asamblea Nacional del Ecuador. (Junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. (22). Quito, Ecuador.

Cabero, J. (1994): "Nuevas tecnologías, comunicación y educación", *Comunicar*, 3, 14-25.

Cabero, J. y Guerra, S. (2011). La alfabetización y formación en medios de comunicación en la formación inicial del profesorado. *E_d_u_c_a_c_i_ón_ _X_X_I_, _14* (1), 89-115. Recuperado el 5 de junio de 2011, de <http://www.uned.es/educacionXX1/pdfs/14-01-04.pdf>

De Fontcubeta, M., & Guerrero, C. (2007). Una nueva propuesta para la educación en medios. *Cuadernos de información* (20), 87-97.

Delors, J. & AL. (1994). La educación encierra un tesoro. (www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF)

Escudero Muñoz, J.M. (2007). La formación del profesorado, es asignatura siempre pendiente. *Andalucía Educativa*. Epoca III. Año XI, nº63, Octubre.

Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e Indicadores. *Revista Comunicar* (29), 100 - 107.

Ferrés, J. et altri (2011). "Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España". Madrid: Ministerio de Educación.

Ferrés y Prats, J. y Aguaded Gómez, J. (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación, ITE, Madrid.

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática. Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar* 26-37, 35-42, (38), 75-82.

Ferrés, Joan, Agustín; Aguaded, J. Ignacio y otros (Coord.) (2011). Competencia mediática. Investigación sobre El grado de competencia de la ciudadanía en España. Ministerio de Educación, Instituto de Tecnología Educativa.

García, R., Gozávez, V., & Aguaded, J. I. (Diciembre de 2014). La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumento de evaluación. (35).

García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. In SPDECE, 1-11.

García Ruiz R. y Castro, A. (2011). *La formación permanente del profesorado basada en competencias* Estudio exploratorio de la percepción del profesorado de educación infantil y primaria. *Educatio Siglo XXI*, 30, 1.

Garrido, J. M. (2013). Videojuegos de estrategia. Algunos principios para la enseñanza. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 15(1), 62-74.

Gómez, D. J., & Guerra Liaño, D. (Enero-Diciembre de 2012). Razones para una educación mediática. *Sphera Pública* (12), 21-39.

González, N., Gozávez, V., & Ramírez, A. (Enero-marzo de 2015). La competencia mediática en el profesorado no universitario: Diagnóstico y propuestas formativas. *Revista de Educación*(367), 117-146.

Gozávez, V., González, N., & Caldeiro, M. C. (Enero-Marzo de 2015). La competencia mediática del profesorado: un instrumento para su evaluación. *Revista de Educación*(367), 117-146.

González, C., & Ugalde, C. (2014). Los nativos digitales y el uso limitado que dan a las herramientas tecnológicas. *Maskana*, 23-29.

González, C., & Ugalde, C. (2015). Informe del proyecto de investigación "Competencias mediáticas en jóvenes, profesores y padres de familia de instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Cuenca". Cuenca: Universidad del Azuay.

INEC. (2013). Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo-EDEMDU. Ecuador.

INEC. (2013). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

KAPLÚN, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Madrid:

De la Torre. Marín-Gutiérrez, I., Díaz-Pareja, E. y Aguaded-Gómez, I. (2013). "La competencia mediática en niños y jóvenes: La visión de España y Ecuador". *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (1, nº 124), 41-47.

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.

Marqués, P. (2012). Impacto de las TIC en la educación: funciones y limitaciones. Barcelona, España.

Montenegro, A. (2005). Aprendizaje y desarrollo de competencias. Colección Aula Abierta. Editorial Magisteri, Bogota.

Parlamento Europeo (2008). Informe sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital. Documento de sesión. Recuperado de: www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0461+0+DOC+XML+V0//ES

Pérez, M. A. (2007). Declaración de UNESCO en Grunwald (Alemania). *Revista Comunicar*, 15(28), 122-125.

Prensky, M. (2001) Digital natives, digital immigrants, On the Horizon, MCB University Press
9 (5)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). (2013). Gobierno Nacional de la República del Ecuador. *Plan Estratégico Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito, Ecuador.

UNESCO (1982). Grunwald declaration on media education. UNESCO: Grunwald, Federal Republic of Germany. Retrieved from

http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF

UNESCO (2008). *Normas UNESCO sobre competencias en TIC para docentes*. Recuperado de <http://www.unesco.org/en/competency-standards-teachers>

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Cheung, c.-k., & Akyempong, K. (2011). Alfabetización mediática e informacional. Curriculum para profesores. Paris, Francia: UNESCO.

ANEXOS

Modelo de encuesta aplicada a los docentes de las universidades de la ciudad de Cuenca.

Evaluación del Nivel de Competencia Mediática PROFESORADO UNIVERSITARIO

Los medios de comunicación nos influyen en nuestra vida personal y docente. Por ello, es importante tener conocimientos, destrezas y actitudes que nos permitan hacer un uso responsable y crítico, tanto en el consumo de información procedente de los medios y recursos audiovisuales, como en el proceso de creación y difusión de contenidos mediáticos, es decir, un nivel adecuado de competencia mediática. Para conocer la situación en que encuentra el profesorado universitario, te rogamos respondas a este breve cuestionario anónimo, cuyas respuestas serán utilizadas únicamente para fines de investigación. No hay respuestas correctas o erróneas, tan solo se pretende conocer tu opinión personal y sincera.

1 - Sexo

Hombre
Mujer

2 - Edad

_____ años

3 - Años de experiencia docente

- 5 o menos
- De 6 a 15
- Más de 16

4 - Tipo de Universidad

- Privada/particular
- Pública
- Privada con apoyo público

5 - Nombre de la Universidad

- Universidad del Azuay
- Universidad de Cuenca
- Universidad Católica de Cuenca
- Universidad Politécnica Salesiana

6 - Área de conocimiento

- Ciencias Sociales y Jurídicas
- Arte y Humanidades
- Ciencias de la Salud
- Ciencias Exactas
- Ingeniería y Arquitectura

7 - He recibido formación sobre alfabetización mediática en:

- Nunca recibí formación
- Autodidacta
- Durante mis estudios universitarios o previos
- Cursos específicos

8 - Mi nivel de conocimiento de los dispositivos y medios de comunicación clásicos y emergentes es:

Televisión	Ninguno	Smartphone	Ninguno	Video juegos	Ninguno
	Medio		Medio		Medio
	Notable		Notable		Notable
	Avanzado		Avanzado		Avanzado
Cine	Ninguno	Radio	Ninguno	Prensa	Ninguno
	Medio		Medio		Medio
	Notable		Notable		Notable
	Avanzado		Avanzado		Avanzado
Redes Sociales	Ninguno	Internet	Ninguno		
	Medio		Medio		
	Notable		Notable		
	Avanzado		Avanzado		

9 - Mi nivel de uso de los dispositivos y medios de comunicación clásicos y emergentes es:

Televisión	Ninguno	Smartphone	Ninguno	Video juegos	Ninguno
	Medio		Medio		Medio
	Notable		Notable		Notable
	Avanzado		Avanzado		Avanzado
Cine	Ninguno	Radio	Ninguno	Prensa	Ninguno
	Medio		Medio		Medio
	Notable		Notable		Notable
	Avanzado		Avanzado		Avanzado
Redes Sociales	Ninguno	Internet	Ninguno		
	Medio		Medio		
	Notable		Notable		
	Avanzado		Avanzado		

10 - Los medios de comunicación influyen en mi actividad profesional

Televisión	Nunca	Prensa	Nunca	Redes sociales	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre

11 - Utilizo los medios de comunicación y las redes para mis tareas de investigación

Facebook	Nunca	ResearchGate	Nunca	Academia.edu	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Televisión	Nunca				
	En ocasiones				
	Habitualmente				
	Siempre				

12 - Reconozco cuándo una creación o producto mediático no cumple unas mínimas exigencias de gusto estético o artístico (presentación y redacción cuidada, calidad de imágenes y sonidos, creatividad o elaboración original...)

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

13 - Cuando elaboro un mensaje o contenido mediático (vídeo, fotografía, mensaje en las redes o correo...) tengo en cuenta el sentido estético o artístico

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

14 - Identifico en una creación o producto mediático el uso de códigos del lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes...)

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

15 - Cuando creo y difundo un mensaje audiovisual o mediático utilizo correctamente los códigos del lenguaje audiovisual (enfoque, color, tamaño, orden de las imágenes...)

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

16 - Reconozco los programas informáticos utilizados con los que se elaboró una creación audiovisual o producto mediático

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

17 - Utilizo correctamente diferentes programas informáticos para diseñar y difundir mis propias creaciones o productos mediáticos

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

18 - Mis conocimientos sobre los recursos tecnológicos y comunicativos indican que...

Movie Maker es un programa informático para editar secuencias de imágenes y crear vídeos	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Internet es una herramienta que obstaculiza la participación en acciones solidarias	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Una Webquest es una actividad de presentación a los estudiantes de un problema, guiar el proceso de trabajo y disponer de recursos localizados y accesibles a través de Internet	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Las empresas y los profesionales de los medios de mi país disponen de normas internas recogidas en diferentes códigos deontológicos	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Puedo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Creative Commons es una licencia para proteger los derechos de la audiencia en la red	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
En los medios aparecen estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé
Facebook o Twitter no pueden usar los datos personales y las fotos que subimos a estas redes sociales, a no ser que les cedamos los derechos de uso al abrir una cuenta en las mismas	VERDADERO
	FALSO
	No lo sé

19 - Identifico la ideología que quiere transmitirse a través de una creación o producto mediático

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

20 - Tengo en cuenta los valores que quiero transmitir en mis mensajes.

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

21 - Utilizo los siguientes medios y recursos educativos para ampliar contenidos, mejorar presentaciones, contrastar información, etc.

Televisión	Nunca	Programas educativos de libre disposición	Nunca	Presentaciones con diapositivas (Powerpoint, Prezi, etc)	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Blogs	Nunca	Webquest	Nunca	Portales educativos	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Redes Sociales	Nunca	Bancos de imágenes y sonidos	Nunca	Foros	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Programas educativos comerciales	Nunca	Radio	Nunca	Prensa	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Programas de edición de imágenes	Nunca	Programa de edición de videos	Nunca		
	En ocasiones		En ocasiones		
	Habitualmente		Habitualmente		
	Siempre		Siempre		

22 - Utilizo los medios de comunicación interactivos para comunicarme con:

Redes sociales	Estudiantes	Correo electrónico	Estudiantes	Foros	Estudiantes
	Colegas		Colegas		Colegas
	Ambos		Ambos		Ambos
	No lo utilizo		No lo utilizo		No lo utilizo
Blogs, webs propias	Estudiantes	Whatsapp	Estudiantes	Video conferencia	Estudiantes
	Colegas		Colegas		Colegas
	Ambos		Ambos		Ambos
	No lo utilizo		No lo utilizo		No lo utilizo

23 - Selecciono información para mi actividad docente procedente de distintos medios de comunicación

Televisión	Nunca	Radio	Nunca	Cine	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Webs y blogs	Nunca	Redes sociales	Nunca	Videos (YouTube)	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
Prensa	Nunca				
	En ocasiones				
	Habitualmente				
	Siempre				

24 - Selecciono información mediática para mi actividad docente teniendo en cuenta

La tecnología con la que se ha creado	Nunca	Los valores o ideología implícita en la información	Nunca	Su calidad estética o artística	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre
El tratamiento del lenguaje audiovisual con el que se ha producido	Nunca	A quién va destinada esa información	Nunca	La calidad en la producción y difusión de la información	Nunca
	En ocasiones		En ocasiones		En ocasiones
	Habitualmente		Habitualmente		Habitualmente
	Siempre		Siempre		Siempre

25 - Fomento la producción mediática de mis estudiantes en el aula (audiovisual y medios emergentes).

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

26 - Propongo actividades a mis estudiantes que fomenten un uso responsable de los medios

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

27 - Evalúo el uso adecuado de los recursos mediáticos por parte de mis estudiantes

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

28 - Animo a los estudiantes a denunciar malas prácticas o uso inadecuado de los medios, redes, Internet, etc.

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

29 - Considero importante incorporar la alfabetización mediática en los estudios universitarios

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

30 - Los docentes universitarios somos responsables de la educación en medios de nuestros estudiantes

- Nunca
- En ocasiones
- Habitualmente
- Siempre

31 - Según tu experiencia, valora el grado de importancia de las siguientes competencias relacionadas con la educación mediática

Asumir la importancia de los medios en la sociedad actual	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Reconocer la importancia de los medios en mi vida, a nivel personal y social	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Comprender las estructuras y superestructuras de los medios	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Buscar información trascendente para mi vida	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Reconocer los riesgos de internet y los medios en nuestras relaciones	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Sintetizar de forma organizada la información procedente de los medios	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Reconocer las ventajas del uso de los medios en mi vida	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Ser prosumer: productor y consumidor, al mismo tiempo, de los medios de comunicación	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Consumir medios de manera ética y responsable	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante
Ser capaz de usar las TIC con capacidad técnica y crítica	Nada
	Baja
	Media
	Muy importante

MUCHAS GRACIAS!!!