



**XVI**  
Congreso Nacional de  
Investigación Educativa  
CNIE-2021

## Diagnóstico de las competencias mediáticas en los Profesores de Tiempo Completo (PTC) de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Veracruzana, región Poza Rica

**Lic. Sarai Dayana Mayo Castelán**  
sarai.mayoc@gmail.com

Área temática 18. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en educación.

Línea temática: Profesores y TIC.

Porcentaje de avance: 35%.

Programa de posgrado: Maestría en Gestión del Aprendizaje. 2do semestre.

Institución donde realiza los estudios de posgrado: Facultad de Pedagogía. Universidad Veracruzana. Región Poza Rica-Tuxpan.



### Resumen

Los tiempos cambian constantemente, la tecnología avanza a una velocidad exponencial, exigiendo mayores competencias, sobre todo en el ámbito académico, y son los docentes quienes deben desarrollar esas competencias. Actualmente no solo es disminuir la brecha digital, sino ser mediáticamente competente. Las competencias mediáticas son un camino en construcción, en donde, la función principal es formar ciudadanos críticos, participativos y reflexivos; capaces de discernir los contenidos digitales adecuados en los procesos de enseñanza.

El trabajo aquí presentado forma parte de una primera etapa de investigación, en donde el objetivo principal es conocer el nivel de competencias mediáticas de los Profesores de Tiempo Completo (PTC) de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Veracruzana, región Poza Rica-Tuxpan, para ello, se diseñó un instrumento de diagnóstico, en donde se contó con la participación de 10 docentes. El instrumento consta de siete aspectos: el primero son cuestiones generales de conocimiento, aplicación y detección de necesidades digitales; los siguientes seis son las dimensiones de las competencias mediáticas. El resultado de este diagnóstico puso en manifiesto las necesidades detectadas en las dimensiones de lenguaje, tecnología, y de los procesos de producción y programación, en donde se encontraron mayores deficiencias. Para esto, se propone la estrategia del aprendizaje basado en proyectos con el propósito de favorecer las competencias mediáticas poco desarrolladas en los PTC y fortalecer las ya existentes. Cabe recalcar que todas las dimensiones están conectadas entre sí, con la finalidad de lograr un impacto en el quehacer profesional del docente.

**Palabras clave:** alfabetización mediática, desarrollo de competencias, educación mediática, aprendizaje basado en proyectos.

## Introducción

A principios del año 2000, las TIC empezaron a tener presencia oficial en el discurso educativo oficial mexicano (Grijalva & Urrea, 2017), esto ha significado una serie de retos en todos los sentidos: económico, social, cultural y sobre todo en el educativo; y es precisamente en este último punto en que se involucran los docentes, en ellos recae principalmente todo el peso, porque son los que están al frente de la formación de ciudadanos y en donde los padres de familia depositan y dejan la responsabilidad del conocimiento. Por lo tanto, deben desarrollar mayores competencias, la misma sociedad lo exige, al ritmo que la tecnología avanza a una velocidad exponencial, y que se duplica cada 18 meses (Siemens, 2004). Sin embargo, no solo es tener competencias digitales, sino ser mediáticamente competente.

Desde marzo del 2020, fecha que puso al país en pandemia a raíz del COVID-19, el trabajo docente ha implicado una serie de retos como: conocer la situación en la que se encuentran los estudiantes para ajustarse a sus necesidades y brindarles oportunidades de aprendizaje que les resulten viables (Informe sobre el desarrollo mundial, 2018. Pp. 18), para llevar a cabo los procesos de enseñanza-aprendizaje. Esta misma situación, puso en manifiesto las carencias en la formación docente no solamente tecnológica sino también crítica de los medios, del diseño y desarrollo de materiales para la enseñanza con medios digitales (De Pablos & Ballesta, 2018), además de las desigualdades tecnológicas. En relación a este contexto, se desarrolla una sociedad que necesita de una alfabetización mediática, una educación de medios digitales.

En este sentido, hablando de educación mediática, concepto que surge en México en 1964, pero que se reanuda en investigaciones hasta después del 2012; como un campo emergente de la UNESCO en una línea de intervención pedagógica transversal, para dar énfasis en la libertad de expresión, información y empoderamiento a las personas a través de la alfabetización mediática e informacional (MIL) (UNESCO, 2017).

En esta dirección, la Universidad Veracruzana (UV), desde el 2015 ha desarrollado publicaciones, investigaciones, eventos académicos, y acciones que permiten atender las demandas y políticas institucionales con relación a la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) y coadyuvar a una construcción bajo un enfoque de competencias en medios emergentes digitales.

El interés de llevar a cabo este proyecto de intervención de las competencias mediáticas en los PTC de la Facultad de Pedagogía, se originó con la firme idea de identificar que hay más allá de la apropiación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Dirigido a docentes por ser los guías, los facilitadores, y quienes proporcionan un conocimiento en cascada hacia los estudiantes y a su vez de forma indirecta en los círculos sociales en los que se desenvuelve cada uno de ellos.

El objetivo general de este trabajo de investigación es elaborar un diagnóstico de las competencias mediáticas en los Profesores de Tiempo Completo (PTC) de la Facultad de Pedagogía de la región Poza Rica-Tuxpan, desde el enfoque del aprendizaje basado en proyectos.

## Competencias mediáticas

La Comisión Europea define la Alfabetización mediática como la capacidad de acceso, análisis, comprensión, creación, reflexión y evaluación crítica de los distintos medios de comunicación (De Pablos & Ballesta, 2018) y la habilidad que permite analizar de forma crítica los contenidos audiovisuales (Renes et al., 2018. pp.21), las actitudes relacionadas con los medios de comunicación de masas y el lenguaje audiovisual (Pérez, 2016. pp. 70). Con la finalidad de desarrollar la capacidad de crear productos mediáticos (De Pablos & Ballesta, 2018).

Bajo esta línea menciona Cortés (2015) citando a Ferrés & Pisticelli (2012, pág. 79) que la competencia mediática es la capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales, para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo; así como la capacidad para distinguir entre la ficción, la información y lo artístico (Cuervo & Medrano, 2013 citado en De Pablos & Ballesta, 2018), es decir, consumiendo o produciendo contenidos (Educared, 2019). Si bien es cierto, las competencias mediáticas son un camino en construcción, en donde, la función principal es formar ciudadanos críticos, participativos y reflexivos; capaces de discernir los contenidos digitales adecuados en los procesos de enseñanza; estos deben analizarse desde un planteamiento activo, dialógico, mediante los procesos de selección, interpretación, aceptación o rechazo, crítica, difusión, etc., (Ferrés & Piscitelli, 2012, pp. 78).

## Metodología

El trabajo aquí presentado forma parte de una primera etapa de investigación-acción (diagnóstico-intervención-resultados), en donde el objetivo principal es conocer el nivel de competencias mediáticas de los PTC de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Veracruzana, región Poza Rica-Tuxpan, para ello, se diseñó un instrumento de diagnóstico, a través de los cuestionarios de la herramienta de Google Forms, mismo que se envió en formato online vía correo electrónico institucional; en donde se contó con la participación de 10 docentes (Ver tabla 1).

El instrumento consta de siete aspectos: el primero son cuestiones generales de conocimiento, aplicación y detección de necesidades digitales; los siguientes seis son las dimensiones de las competencias mediáticas: lenguaje, tecnología, los procesos de producción y programación, recepción y audiencia, ideología y valores, y Estética (Ferrés & Piscitelli, 2012). El instrumento de diagnóstico está integrado por 36 ítems de opción múltiple manteniendo la división entre aquellos valorados con una escala Likert y otros con una escala dicotómica, en un periodo de aplicación del 4 de diciembre de 2020 al 22 de enero de 2021 (Ver tabla 2).

Tabla 1. Características particulares del grupo

Características	Descripción
Sexo	M=8 H=2
Rango de edad	49-60 años
Años de experiencia docente	16-20 años =10%
	21-25 años =50%
	25 años en adelante =40%
Grado de formación recibida en comunicación audiovisual	Ninguna= 10%
	Alguna= 70%
	Bastante= 20%
Problemáticas con las que se identifican:	-Complicaciones para entender el uso de ciertas herramientas tecnológicas
	-Carencias formativas
	-Actualización de materiales y contenidos
Preferencias para formas de trabajo	Colaborativa=80%
	Dialógica=10%
	Proyectos=10%

El grupo de estudio mencionado cuenta en su espacio laboral (aula-centro de trabajo) con todo lo mínimo necesario (instalaciones, recursos materiales y tecnológicos) para llevar a cabo de manera óptima los procesos de enseñanza aprendizaje. Los PTC cuentan con competencias digitales desarrolladas, a pesar que la formación que han recibido en comunicación audiovisual ha sido alguna. Sin embargo, ellos prefieren realizar estudios en modalidad presencial.

Tabla 2. Distribución de ítems del instrumento

Nº	Aspectos	Ítems	Nº de ítems
1.	Generales	1,2,3,4,5,6,7,8	8
2.	Lenguaje	9,10,11,12	4
3.	Tecnología	13, 14, 24, 25	4
4.	Los procesos de producción y programación	15, 26, 27, 30, 33	5
5.	Recepción y audiencia	16, 17, 28, 29, 31, 34	6
6.	Ideología y valores	18, 19, 20, 32, 35, 36	6
7.	Estética	21,22, 23	3
Total, de ítems			36

## Descripción de la experiencia de la intervención

Esta experiencia, en relación al proceso del Diagnóstico de las competencias mediáticas en los Profesores de Tiempo Completo (PTC) de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Veracruzana, región Poza Rica; ha significado retos, obstáculos y satisfacciones que aportan valor a mi formación personal y académica. El hecho de trabajar con los actores directos del proceso educativo permitirá mejorar cada una de las estrategias presentadas y observar los cambios logrados de forma directa (docentes) e indirecta (estudiantes, padres de familias y sociedad).

Asimismo, en el proceso mismo de investigación, encontrar camino recorrido en este tema, pero todavía no consolidados, hace de esta disertación una aportación a esa construcción de conocimiento sobre todo en México. Es cierto, que este tema se ve influenciado en gran medida por la Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo para proponer la generación de “competencias mediáticas”, “digitales” y “audiovisuales” como política educativa (Grijalva & Urrea, 2017), pero todavía faltan años de trabajo para poder alcanzar ese nivel.

Bajo esta experiencia se presentaron diferentes situaciones, tales como:

- Elaboración del Instrumento de diagnóstico en formato digital y enviado por el mismo medio.
- Envío de avisos constantes para lograr la respuesta de los docentes.
- Las respuestas al diagnóstico de necesidades fueron respondidas fuera de los tiempos establecidos.
- No se contó con la participación de todo los PTC de la Facultad de Pedagogía.
- Conectar los indicadores con bajo índice de competencias en las dimensiones y desarrollar el Diseño Instruccional.

Lo anterior provocó establecer límites en la entrega de la información para no desfasar el desarrollo de las etapas de desarrollo de la investigación.

## Descripción de los resultados

En el siguiente análisis de resultados, se muestra prácticamente a que se refiere cada una de las dimensiones de las competencias mediáticas, y las deficiencias encontradas; se podrá notar las dimensiones que tienen más carencias (ver ilustración 1); aunque algunas sean más que otras, son un todo conectado. La obtención de estos resultados, permitirá el desarrollo de un Diseño Instruccional, del cual expondremos en otro documento.

**Dimensión 1. Lenguaje.** Esta dimensión se refiere a la capacidad de interpretar los diversos códigos de un mensaje, valorar el significado y el sentido de contenidos mediáticos; habilidad de expresión; capacidad de elegir entre distintos códigos y estilos; capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor (Gozálvez, et al., 2014). Es decir, conjunto de conocimiento que denotan la capacidad para utilizar el lenguaje correctamente y del dominio de la comunicación multimodal, multimedia y transmedia (Pérez-Escoda, et al., 2018). El conocimiento de los códigos hace posible el lenguaje audiovisual y capacidad de utilizarlos para comunicarse de manera sencilla pero efectiva (Ferrés, 2006).

**Dimensión 2. Tecnología.** Esta dimensión se refiere a la capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen; habilidad para elaborar y manipular imágenes y sonidos, etc. (Gozálvez, et al., 2014). Estas herramientas posibilitan la comunicación escrita, sonora, visual y audiovisual en el entorno de una sociedad digital para tener una comunicación de manera eficaz (Ferrés, 2006).

**Dimensión 3. Procesos de producción y programación.** Esta dimensión se refiere a la aptitud para diferenciar entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas; la legislación que protege al usuario de los medios y autoría; habilidad para colaborar en la confección de productos multimedia o multimodales (Gozálvez, et al., 2014). Además de tener el conocimiento de las funciones y tareas asignadas a los principales agentes de producción y las fases en las que se descomponen los procesos de producción y programación de los distintos tipos de productos audiovisuales (Ferrés, 2006).

**Dimensión 4. Recepción y audiencia.** Esta dimensión se refiere a la capacidad de revisión y autoevaluación, valorar los aspectos emocionales de los mensajes; aptitud para reconocer las ideas y valores vinculados con los contenidos mediáticos; capacidad para gestionar el entretenimiento mediático aprovechado de cara al aprendizaje; capacidad para la interacción colaborativa desde las plataformas que facilitan las redes sociales (Gozálvez, et al., 2014). Permitiendo la participación y la interactividad; capacidad de valorar críticamente los elementos emotivos, racionales y contextuales que intervienen en la recepción y valoración de los mensajes audiovisuales (Ferrés, 2006).

**Dimensión 5. Ideología y valores.** Esta dimensión se refiere a la actitud activa en la interacción con los medios; los valores inscritos en los contenidos de los medios; detectar fuentes de información (fiabilidad); interpretar las informaciones procedentes de los medios desde una perspectiva ética y democrática; capacidad para usar las nuevas tecnologías de acuerdo con valores cívicos y democráticos (Gozálvez, et al., 2014). Es la lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales, entendidos a un tiempo como expresión y soporte de los intereses, de las contradicciones y de los valores de la sociedad (Ferrés, 2006).

**Dimensión 6. Estética.** Esta dimensión se refiere al gusto por los aspectos formales; conocimientos mínimos de calidad estética en las producciones mediáticas; mensajes comprensibles, creativos y originales; transformación de mensajes de acuerdo con una mínima sensibilidad estética, etc. (Gozálvez, et al., 2014). Es analizar y valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista de innovación, sentido estético y artística (Ferrés, 2006).

La comprobación del instrumento significó hacer llegar el cuestionario a los 14 PTC de la Facultad de Pedagogía, del cual se obtuvo la respuesta de 10 docentes (77%). Estos resultados se han apoyado en cálculos estadísticos descriptivos y correlacionales, lo que permitió un análisis pertinente a la clasificación de las dimensiones de las competencias mediáticas, valoradas a través de una escala Likert y otros con una escala dicotómica.

La intención de este instrumento es conocer los niveles de competencia mediática de los PTC de la Facultad de Pedagogía de la Región Poza Rica-Tuxpan; y así proponer la estrategia del aprendizaje basado en proyectos con el propósito de favorecer las competencias mediáticas poco desarrolladas en los PTC y fortalecer las ya existentes.

Ilustración 1. Deficiencias de las competencias mediáticas



En la ilustración 1, se muestra la gráfica que representan los resultados del Diagnóstico de competencias mediáticas. Se puede observar las seis dimensiones de las competencias mediáticas en su porcentaje de deficiencias en relación al 100% de dominio de cada una. Clasificándose de la siguiente manera:

- **Dimensión 1.** lenguaje 28%, las deficiencias estuvieron marcadas por índices arriba de la media en: los tipos de iluminación, funciones expresivas relacionadas con la estética visual, géneros y formatos de la hipertelevisión, y la integración de imágenes y sonidos creativamente utilizando X programa.
- **Dimensión 2.** Tecnología 27%, aquí se notaron las carencias en la transformación de alguna imagen con programas específicos, manejo equipos de registro visual y sonoro, e Inshot como una aplicación de integración multimedia.
- **Dimensión 3.** Los procesos de producción y programación 15%, los puntos bajos fueron sobre: los permisos de privacidad de las redes sociales y la publicidad que existe en los buscadores de internet.
- **Dimensión 4.** Recepción y audiencia 12%, las carencias aquí detectadas, estuvieron referidas en: los mensajes de los medios, los diversos códigos y los registros utilizados por el emisor, y el uso de la licencia de Creative Commons para la protección los derechos de autor.
- **Dimensión 6.** Estética 12%, los docentes obtuvieron ligeramente bajos en distinguir las tendencias estéticas o artísticas relacionadas con los productos.
- **Dimensión 5.** Ideología y valores 6%, en esta se encontró deficiencias en la elaboración de mensajes en los medios evitando estereotipos, prejuicios o valores antidemocráticos.

Como se puede notar las tres primeras dimensiones son las que tuvieron un poco más alto porcentaje, sin embargo, las últimas tres también deberán mejorar, para lograr así un 100% en su dominio en cada una de ellas.

Cabe recalcar que todas las dimensiones están conectadas entre sí, por lo que no es posible fraccionarlas, únicamente para su análisis, porque forman parte de un todo.

## Conclusiones

Los resultados de este diagnóstico pusieron en manifiesto que, aunque los docentes tengan formación digital, no tienen desarrolladas las competencias mediáticas al 100%, tampoco que sea nulo su conocimiento. Asimismo, el análisis de esta primera etapa ha permitido tener en cuenta, lo siguiente:

- Focalizar el nivel de dominio de las dimensiones de las competencias mediáticas, con la intención de elaborar un plan de formación con enfoque basado en proyectos para el desarrollo de estas competencias.
- Priorizar el desarrollo de competencias mediáticas para hacer frente a las modificaciones curriculares en los procesos educativos derivados de cualquier situación educativa emergente en el país.
- Es imprescindible dar prioridad al uso de herramientas tecnológicas ante los evidentes cambios académicos surgidos en el último año.
- Promover el desarrollo de nuevas estrategias didácticas, el uso consciente y reflexivo de los medios digitales; mejorando así los procesos de enseñanza.

## Referencias

- Cortés M. J., Marín U. R., & Guzmán I. I., (2015). Competencias mediáticas en docentes, base para la construcción de ciudadanía. Revista ámbitos. N° 29. Recuperado de <https://tinyurl.com/y7gnyxho>
- De Pablos P. J. & Ballesta P.J. (2018). La Educación Mediática en Nuestro Entorno: Realidades y Posibles Mejoras. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, vol. 32, núm. 1, 2018. Universidad de Zaragoza. Recuperado de <https://tinyurl.com/ryu25k2r>
- Educared. (2018). ¿Qué es la competencia mediática? Fundación telefónica Movistar. "La caixa" Foundation. Recuperado de <https://tinyurl.com/489s2vdb>
- Ferrés, J. (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Quaderns del CAC, 25; 9-17.
- Ferrés, J., Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar, vol. XIX, núm. 38, 2012, pp. 75-82. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Grupo Comunicar. Huelva, España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15823083010>
- González F.N., Gozávez P.V. & Ramírez G. A. (2014). La competencia mediática en el profesorado no universitario. Diagnóstico y propuestas formativas. Revista de Educación, 367. Enero-marzo 2015, pp. 117-146. DOI: 10.4438/1988-592X-RE-2015-367-284. Recuperado de <https://tinyurl.com/yb97khyn>

- Grijalva V. A., Urrea Z. M. (2017) Competencia digital y mediática. Panorama Socioeducativo del campo en México. Congreso Nacional de Investigación Educativa (COMIE). San Luis Potosí, SLP. Memorias. Recuperado de <https://tinyurl.com/vvchysdw>
- Informe sobre el desarrollo mundial (2018). Aprender para hacer realidad la promesa de la educación. Panorama general. Una publicación emblemática del grupo banco mundial. doi: 10.1596/978-1-4648-1096-1. Pp.18. Recuperado de <https://tinyurl.com/yc2na6zh>
- Pérez O. I., (2016) La competencia mediática en el currículo escolar: ¿espacio para innovaciones educativas con tecnologías de la información y la comunicación. Innovación Educativa, vol. 16, núm. 70, enero-abril, 2016, pp. 61-83 Instituto Politécnico Nacional Distrito Federal, México Innovación Educativa ISSN: 1665-2673
- Pérez-Escoda, A., García-Ruiz, R., y Aguaded-Gómez, I. (2018). La competencia mediática en el profesorado universitario. Validación de un instrumento de evaluación. @tic revista d'innovació educativa, 21, 1-9. Depósito legal: V-5051-2008 | ISSN: 1989-3477 | <https://doi.org/10.7203/attic.21.12550>
- Renes A. P., Caldeiro P. M., Rodríguez R. M., & Aguaded, I. (2018). Educlips: proyecto de alfabetización mediática en el ámbito universitario. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidad Federal de Juiz de Fora / UFJF. ISSN 1516-0785 | e-ISSN 1981-4070. pp.19. Juiz de Fora, PPGCOM – UFJF, v. 12, n. 1, p.17-39, jan./abr. 2018
- Siemens, G. (2004). Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital.
- UNESCO (2017). Alfabetización mediática e informacional. Comunicación e Información. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>