

## **Las competencias digitales de los estudiantes de Comunicación Social en Ecuador**

*The digital competencies of Social Communication students in Ecuador*

**Luis Farinango**

<https://orcid.org/0000-0002-4718-9686>

[lfarinango@uce.edu.ec](mailto:lfarinango@uce.edu.ec)

Universidad Central del Ecuador

### **RESUMEN**

El presente estudio muestra los resultados sobre el grado de desarrollo de las competencias digitales de los estudiantes de comunicación social en la Universidad Central del Ecuador. La formación del comunicador social y su futuro ámbito laboral implica la utilización de las nuevas tecnologías. Luego de la pandemia la carrera de comunicación ha intentado transversalizar el uso de las tecnologías digitales para estar a tono con los requerimientos del entorno. En ese marco, se busca saber si esto ha provocado algún cambio en el desarrollo de las competencias digitales. Una conclusión de este trabajo es que las competencias digitales, a pesar de pasar una pandemia, siguen en el nivel medio – bajo.

**Palabras clave:** educación, competencias digitales, ecología de los medios.

Recibido: 18-03-23 - Aceptado: 19-04-23

### **ABSTRACT**

This study shows the results on the degree of development of digital skills of social communication students at the Central University of Ecuador. The training of the social communicator and his future work environment implies the use of new technologies. After the pandemic, the communication career has tried to mainstream the use of digital technologies to be in tune with the requirements of the environment. In this framework, it seeks to know if this has caused any change in the development of digital skills. A conclusion of this work is that digital skills, despite going through a pandemic, remain at the medium-low level.

**Keywords:** education, digital competencies, media ecology.

## **INTRODUCCIÓN**

La pandemia del Covid-19 cambió la rutina de aprendizaje y enseñanza a nivel mundial como indica la investigación de Abdrasheva, et al. (2022). En ese marco, la universidad pública pasó de la presencialidad a un modelo virtual, adaptando la infraestructura tecnológica a la altura de las circunstancias. En el caso de la Universidad Central del Ecuador (UCE) esta modalidad se mantuvo por dos años (4 semestres), tiempo en el que los docentes y estudiantes tuvieron que adaptarse a las herramientas tecnológicas de manera forzada, así acarreado problemas como limitación del derecho a la educación, baja calidad educativa y poca participación estudiantil (Senescyt, 2022). A pesar de todos los factores negativos que se mencionan, se podría suponer que hubo un desarrollo de las competencias digitales en los estudiantes universitarios por su gran exposición a las pantallas digitales. En ese marco, esta investigación desea conocer si efectivamente existió o no el desarrollo de las competencias digitales en los estudiantes de comunicación social de la UCE, en el itinerario de la gestión de la comunicación. En este estudio participan 64 estudiantes, quienes tuvieron que responder una encuesta con 19 preguntas que corresponden a las áreas de la competencia digital.

### **Ecología mediática y competencias educativas genéricas**

Desde las ideas de McLuhan (1996) la sociedad actual está dentro de una ecología mediática, donde la forma de conocer, interactuar e interpretar sobre la realidad depende mucho de los medios masivos y digitales de comunicación. Es decir, las sociedades urbanas están cada vez más mediatizadas (Igarza, 2009), y esto provoca cambios en las estructuras de la sociedad, sus interacciones y las relaciones institucionales, en otras palabras, lo mediático cambia la cultura (Hjarvard, 2016).

El campo de la educación no escapa a este proceso de mediatización, mas bien la misma sociedad demanda de la educación sea un proceso y espacio donde se dote de conocimientos y habilidades para que los estudiantes de hoy y profesionales del futuro pueden ser parte

activa de lo que se conoce como sociedad del conocimiento. En ese marco, se instala la reflexión, los debates y las propuestas sobre las competencias digitales.

Las competencias en el marco de la educación se las puede definir como conocimientos, destrezas y actitudes (López, 2011) que el estudiante debe desarrollar para enfrentarse a los retos que exige la sociedad actual. Una visión similar posee Coll (2007) cuando expresa que ser competente significa que el estudiante debe ser capaz de utilizar los conocimientos relevantes para afrontar situaciones que la realidad demanda. Con lo dicho se puede observar que el proceso educativo no solo hace mención a la memorización de contenidos académicos, sino cómo se combinan “habilidades prácticas y cognitivas, conocimientos factuales y conceptuales, motivación, valores, actitudes, emociones, etc.” (Coll, 2007, p.36) y, luego qué se hace con ellos en un contexto determinado.

En ese marco, también Sevillano (2015) expresa que las competencias educativas deben relacionarse dimensiones cognitivas, relacionales, técnicas y afectivas. Según autores (Sevillano y Vásquez, 2015) las competencias educativas pueden ser genéricas y específicas. Con lo expuesto, las competencias educativas genéricas deben tener las siguientes características:

- Son multifuncionales y no se limitan a un campo del saber
- Deben servir para ser utilizadas en realidades cotidianas, profesionales y sociales
- Son transversales y multidisciplinarias a diversos campos del saber
- Deben ayudar al bienestar personal de igual modo que al crecimiento académico y profesional
- Deben permitir el desarrollo del pensamiento, actitudes y valores
- Ayudan a la autonomía del ser humano, pero con sentido crítico respecto a la realidad.

Algunas competencias educativas genéricas se pueden clasificar en tres grandes conjuntos: colaboración, pensamiento crítico y gestión de la complejidad (Cobo, 2011).

**Tabla 1.**

*Competencias estratégicas para la educación y el trabajo.*

<b>Colaboración</b>	<b>Pensamiento crítico</b>	<b>Gestión de complejidad</b>
Trabajo en equipo	Liderazgo	Autoconfianza
Innovación	Perseverancia	Gestión del tiempo
Comunicación afectiva	Creatividad	Responsabilidad
Resolución de problemas	Flexibilidad	Persuasión
Adaptabilidad	Iniciativa	Empatía
Gestión de la información y del conocimiento	Cooperación	Gestión de la incertidumbre

Nota: tomado de Cobo (2011, p.95)

Como se puede observar estas competencias educativas genéricas no son propiedad de alguna rama del saber, sino que su desarrollo debe ser en todos los campos de conocimiento. En ese sentido, los comunicadores organizacionales también deben ir hacia el camino de la adquisición y desarrollo de las competencias educativas.

### **Competencias digitales y áreas**

Según López, se entiende a las competencias digitales como aquellas “habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar la información y transformarla en conocimientos” (2011, p.99). Por su parte el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF de España) trae la definición de competencia digital del Parlamento Europeo, y esta reza de la siguiente manera:

[...]implica el uso crítico y seguro de las Tecnologías de la Sociedad de la Información y para el trabajo, el tiempo libre y la comunicación. Apoyándose en habilidades básicas: uso de ordenadores para recuperar, evaluar, almacenar, producir,

presentar e intercambiar información, y para comunicar y participar en redes de colaboración a través de internet (p. 08).

Como se puede observar en las definiciones sobre las competencias digitales no solo hacen referencia al uso manual del dispositivo digital, ya sea este un computador, una *tablet* o un teléfono inteligente; sino que implican otras dimensiones que pareciera que no son parte de este tipo de competencias. A criterio de Marta-Lazo y Gabelas el tema de la competencia digital implica dimensiones instrumentales, cognitiva, actitudinal y axiológica cuando se está al frente de un dispositivo digital. “Hay que cambiar la concepción de la red como instrumento meramente tecnológico por otra dimensión pedagógica y comunicativa” (Marta-Lazo y Gabelas, 2016; p.104)

Además, Vivancos (2008) menciona que la adquisición de las competencias digital no solo ocurre en el marco de una educación formal, el aprendizaje ocurre en espacios “académicos, laborales, lúdicos y comunicativos” (p.25).

Por esa razón, el estudio de la competencia digital se analizan diversas áreas. Y dentro de la literatura científica existe diversos modos de separar esas áreas de estudio. Por ejemplo, Ferrés y Piscitelli (2012) plantean analizar el tema de la competencia mediática digital en dos dimensiones: análisis y expresión, y ambas con 5 indicadores: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, producción y difusión, ideología y valores, y estética. En cambio, otro investigador divide las áreas de la competencia digital en: conocimientos de los sistemas informáticos, uso del sistema operativo, búsqueda y selección de información a través de internet, comunicación interpersonal y trabajo colaborativo, procesamiento de textos, tratamiento de la imagen, utilización de hojas de cálculo, uso de bases de datos, entrenamiento y aprendizaje con las TIC, telegestiones, y actitudes generales antes las TIC (López, 2011).

En este trabajo se tomará la clasificación realizada por la INTEF de España (2017), que consta de 5 áreas de la competencia digital, y estas son:

- Área 1: Información y alfabetización informacional: se analizan aspectos que hacen referencia a la navegación, búsqueda, filtrado, almacenamiento de la información digital.
- Área 2: Comunicación y Colaboración: estudia las dimensiones de la interacción, participación y gestión de la identidad digital.
- Área 3: Creación de contenidos digitales: analiza las dimensiones de la producción, integración, combinación, derechos de autor y programación de contenidos.
- Área 4: Seguridad: estudia la protección de dispositivos, datos personales, salud y tecnología, y medio ambiente.
- Área 5: Resolución de problemas: analizar como los estudiantes pueden resolver problemas e innovar con tecnología digital en un contexto social determinado.

Con el desarrollo de las competencias digitales los estudiantes y futuros profesionales de la comunicación contribuirán a la consolidación de una cultura digital más fuerte que vaya más allá del ocio y el entretenimiento como es la tendencia actualmente (Vivancos, 2008; Farinango, 2022). No hay que olvidar que las competencias digitales no solo es el manejo de la herramienta tecnológica, sino que detrás de ellas se entrecruzan fenómenos sociales, culturales y políticos (Scolari, 2008; Jenkins, 2008; Barbero, 2009). Y también está relacionado con diversas dimensiones como la cognitiva, colaborativa, comunicacional, creativa, ética e instrumental (Vivancos, 2008).

### **Competencias digitales y comunicación organizacional**

En el marco de la formación de los comunicadores existe diversos campos de aplicación. Una de ellas es la comunicación organizacional. La comunicación organizacional es el campo práctico donde se analiza los diferentes procesos comunicativos que ocurren alrededor de una organización. Se entiende como organización de manera general como un conjunto de personas que se identifican, coordinan y trabajan por objetivos comunes; y que aportan a la organización conocimientos, habilidades y competencias (Chiavenato, 2014).

Con la inserción de la tecnología digital en el marco laboral del comunicador organizacional muchas funciones y tareas han cambiado. Incluso, hay autores (Karam, 2017) que mencionan que a partir de la tecnología digital han aparecido nuevos puestos dentro de la comunicación como: bloguero, *content manager*, *copy*, curador de contenido, *community manager* o mercadólogo digital.

En ese marco, muchos autores reclaman una actualización permanente en las funciones y competencias que debe desarrollar un comunicador organizacional. Por ejemplo, Orjuela (2011) sugiere una figura de comunicador organizacional con una simbiosis de conocimientos entre medios tradicionales y digitales, gestor de conocimientos y que sepa alcanzar objetivos organizacionales.

Se cree que este reclamo en el desarrollo de competencias digitales obedece que la figura de comunicador organizacional implica una alta dosis de utilización de la tecnología digital para los procesos actuales de comunicación a nivel profesional. Por esa razón, Orjuela (2011) dice que hay que “incluir en la formación de los comunicadores organizacionales las tecnologías de la información y comunicación, <<entendiéndolas como instrumentos para la labor comunicacional y no como un fin en sí mismo” (p.246).

Por esa razón, es importante analizar desde las aulas universitarias si los estudiantes que están dentro de esta disciplina práctica de la comunicación tienen o no competencia digital, primero para afrontar su carrera; y más adelante, desempeñarse en el mundo laboral.

En territorio ecuatoriano también existen criterios que reclaman que el profesional de la comunicación debe ir hacia el cambio de la adquisición de las competencias digitales. Por ejemplo, Ulloa (2014) plantea que en la actualidad la imagen digital es el principal insumo de los mensajes comunicativos, por esa razón el comunicador debe entender su lógica de producción, distribución y decodificación. Los estudios de Intriago y Quevedo (2016) apuntan también a la necesidad de que el comunicador sea un transmisor de actitudes y emociones utilizando la tecnología. Finalmente, Cáceres et al. (2019) considera que el desconocimiento de las competencias digitales por parte del comunicador organizacional imposibilita completamente su labor profesional.

## **METODOLOGÍA**

El objetivo general de esta investigación es reconocer el grado de desarrollo de las competencias digitales en los estudiantes de comunicación, itinerario gestión de la comunicación en la Universidad Central del Ecuador. La hipótesis con la que se parte es que luego de la pandemia del Covid-19 los estudiantes de comunicación de la UCE tienen un alto grado de desarrollo de las competencias digitales.

Esta investigación es de alcance exploratorio, pues como menciona Hernández, et al (2014), se trata de identificar fenómenos poco estudiados y que sirven como elemento para futuras investigaciones con mayor rigor y profundidad. Además, se aborda desde enfoque cuantitativo, ya que se utilizó la herramienta de la encuesta para recolectar la información. Se realizará una encuesta con 19 preguntas sobre las dimensiones de la competencia digital. 3 preguntas son de control, 3 preguntas sobre el área n.1 Información y Alfabetización Informacional, 5 preguntas sobre área n.2 Comunicación y Colaboración, 5 preguntas del área n.3 Creación de Contenidos digitales, 1 pregunta sobre el área n.4 Seguridad, y 4 preguntas del área n.5 Resolución de Problemas.

Se consultó a 64 estudiantes del itinerario de la Gestión de la Comunicación en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, que corresponden al semestre 2022 - 2023.

Estas encuestas serán realizadas de manera digital a través de Google forms. El banco de preguntas se puede observar en el siguiente link:  
[https://docs.google.com/forms/d/1Cvt8sOZ\\_h5LWvdh1upr6F9IsUC-86pvNsCFhsFR5xP8/edit](https://docs.google.com/forms/d/1Cvt8sOZ_h5LWvdh1upr6F9IsUC-86pvNsCFhsFR5xP8/edit)

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En esta encuesta participaron 64 estudiantes, donde 59,4% son mujeres y 40,6% son hombres. La edad que corresponde está entre 20-25 con el 89,1%.

### Área n1: Información y alfabetización informacional

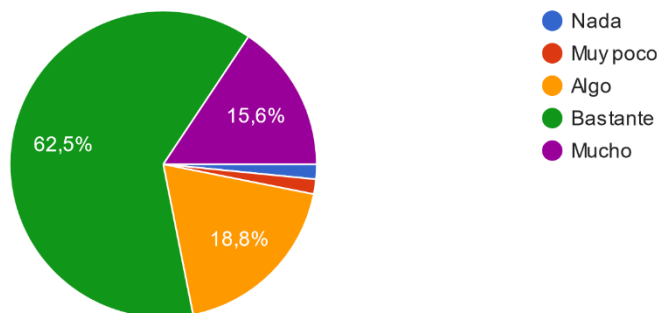
Dentro de esta área se preguntó a los estudiantes sobre el nivel de capacidad para consultar fuentes de relevancia y calidad dentro de su formación profesional. El 65% de los consultados dicen ser bastantes capaces, seguido de un 18,5% que dicen ser algo capaces. Solo el 15,6% de encuestados expresan ser muy capaces. Se interpreta que sobre la calidad y relevancia de las fuentes consultadas no tienen mayores inconvenientes.

*Figura 1.*

*Calidad y relevancia de las fuentes consultadas.*

¿Usted se siente capaz de consultar información, datos y contenidos de fuentes que tengan calidad o relevancia para su formación profesional?

64 respuestas



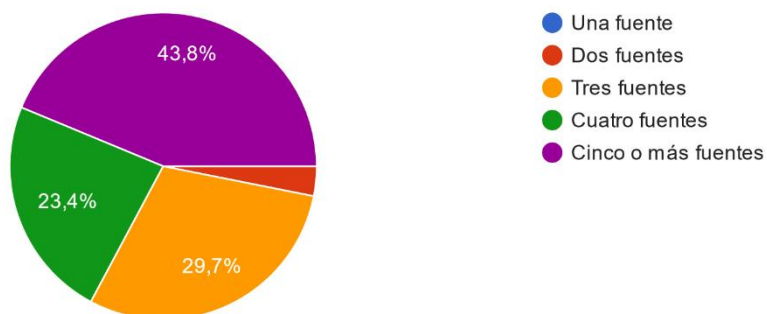
Respecto al número de fuentes que consulta para un trabajo dentro de su formación profesional el resultado más alto corresponde al 43,8%, quienes afirman que utilizan cinco o más fuentes, el segundo resultado importante es del 29,7% que corresponde a tres fuentes, mientras que el tercer porcentaje importante es 23,4% quienes revisan 4 fuentes. Estos resultados evidenciarían que los estudiantes de comunicación revisan de 3 fuentes en adelante en el marco de su formación profesional.

**Figura 2.**

*Número de fuentes que se consulta*

Normalmente ¿Cuántas fuentes consulta para realizar un trabajo en clase?

64 respuestas



En la interrogante que trataba de identificar los recursos en línea para profundizar su formación profesional, donde se presentaron las opciones de libro electrónico, videos, audios, página web, cursos – talleres y redes sociales.

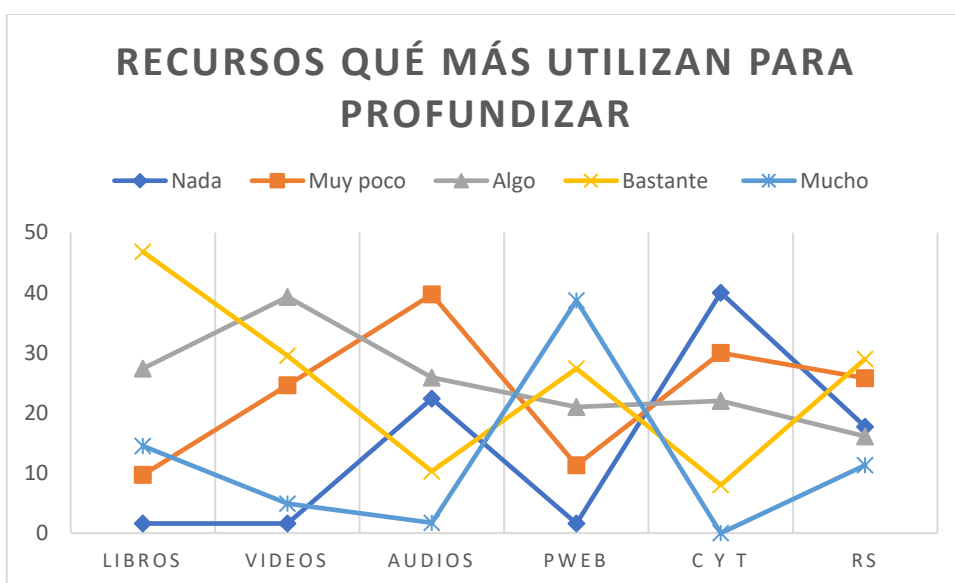
**Tabla 2.**

*Porcentaje de recursos que más utilizan los estudiantes en su formación profesional*

	Libros	Videos	Audios	Pweb	C	RS
<b>Nada</b>	1,6	1,6	22,4	1,6	40	17,7
<b>Muy poco</b>	9,7	24,6	39,7	11,3	30	25,8
<b>Algo</b>	27,4	39,3	25,9	21	22	16,1
<b>Bastante</b>	46,8	29,5	10,3	27,4	8	29
<b>Mucho</b>	14,5	4,9	1,7	38,7	0	11,3

**Figura 3.**

*Porcentaje de recursos que más utilizan los estudiantes en su formación profesional*



Como se puede observar en el gráfico los recursos que más utilizan son los libros electrónicos (46,8% en la opción bastante), seguido de videos (39,3% en la opción algo); mientras que los peores recursos para profundizar conocimientos son los cursos y talleres (40% en opción nada) en línea y los audios (25% en opción muy poco).

## Área n2: Comunicación y Colaboración

En esta área se averiguó respecto a la frecuencia con la que comparte contenido profesional con sus redes de contactos. Los resultados dicen que solo el 43,8% comparte solo algunas veces, seguido de 25% que dice nunca, 23,4% que mencionada casi nunca. Como se puede observar las respuestas se inclinan hacia un lado negativo, lo que nos indica que menos de la mitad de encuestados comparte contenidos profesionales.

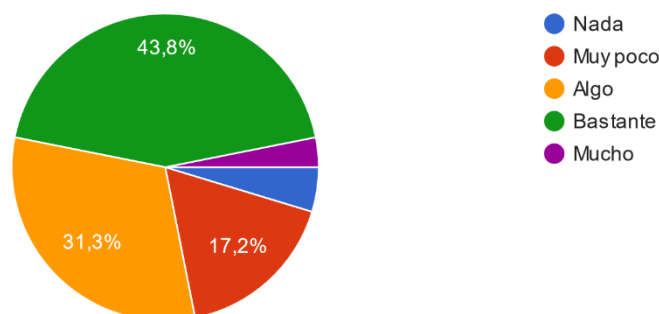
Otro aspecto que se midió fue la gestión de la identidad digital en plataformas y redes sociales. En este tema el 43,8% considera que sabe bastante, seguido de un 31,3% que sabe algo, como tercer resultado importante está el 17,2% que sabe muy poco. Lo que indica este porcentaje principal es que menos de la mitad sabe gestionar su identidad digital. Si colocamos en una escala de bajo, medio o alto, se podría interpretar que este tema está en un nivel medio.

#### *Figura 4.*

##### *Gestión de la identidad digital en el mundo digital*

¿Conoce sobre la importancia de gestionar la identidad digital en las plataformas y redes sociales para un uso responsable?

64 respuestas



Otra dimensión que se consultó fue sobre ideología que subyace en los productos comunicacionales. Los resultados indican que el 45,3% está bastante consciente, seguido de un 23,4% que está muy consciente, y 23,4% que está algo consciente. Con estos datos se puede observar que hay una consciencia media sobre la ideología en los contenidos comunicativos.

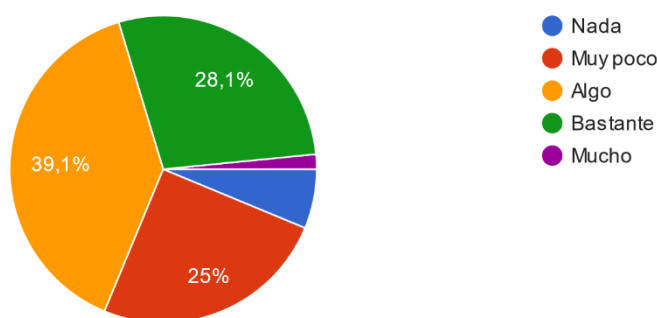
En lo referente a la participación en línea, los resultados indican que el 39,1% dice tener algo de participación, seguido de 28,1% que participa bastante, y 25% que dice participar muy poco. Con estos datos se puede mencionar que menos de la mitad de los consultados participan en línea.

**Figura 5.**

*Participación en línea.*

Participar en línea hace referencia a: solicitar información, realizar un reclamo, exigir devoluciones, colocar un punto de vista sobre servicios o produc...s ¿Qué nivel de participación on line tiene usted?

64 respuestas



Sobre el tema de la capacidad de planificar experiencias interactivas en la red, los resultados indican que el 40,6% dicen tener bastante capacidad, 29,7% que expresa tener algo de capacidad y un 15,6% que considera tener mucha capacidad. Con estos datos se puede interpretar que hay un desarrollo medio – bajo sobre estas competencias dentro de esta área n.2.

### **Área n3: Creación de contenido**

En esta área se consultó sobre el dominio de las herramientas ofimáticas. El 50% dice que domina bastante, 39,1% domina algo y 7,8% domina mucho. Este resultado sorprende porque las herramientas de ofimática son básicas para cualquier profesional; sin embargo, el resultado está en un nivel medio.

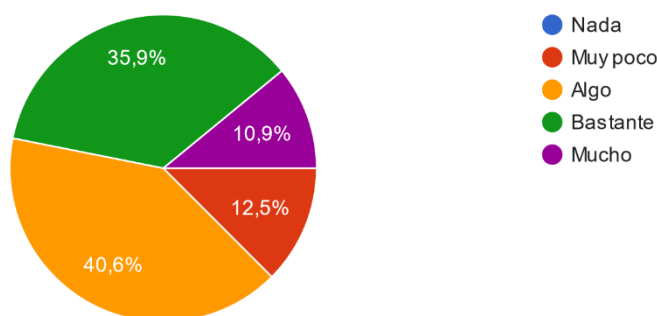
Ahora, sobre el dominio de paquetes informáticos especializados para la carrera de comunicación los resultados son los siguientes, el 40,6% dice que domina algo, 35,9% dice

dominar bastante, y 12,5% dice saber muy poco. A pesar de que son estudiantes que ya están más de la mitad de la carrera, sorprende que no haya un dominio de paquetes informáticos de su profesión que permita crear contenidos de mayor calidad.

**Figura 6.**

*Conocimiento sobre paquetes informáticos especializados en comunicación.*

¿Qué nivel de conocimiento en la utilización de software especializado en su profesión de comunicador? (Por ejemplo paquetes informáticos q...ten: fotografías, video, diseño gráfico o audios)  
64 respuestas



Sobre el conocimiento de licencias y derechos de autor de los contenidos en la red, los resultados indican que 39,1% sabe bastante, 34,4% sabe mucho y 20,3% sabe algo. Se puede interpretar que el conocimiento sobre este tema está a nivel medio.

En lo respecta a la capacidad de producción de contenidos comunicativos, los resultados indican que el 50% dice saber bastante, 31,1% sabe algo, y en tercer lugar comparten posición con 9,4% muy poco y mucho. Se interpreta que hay un nivel medio de desarrollo de esta competencia.

Respecto a la capacidad de corrección de la estética de los diferentes productos comunicacionales, los resultados dicen lo siguiente, comparten la primera posición 34,4%

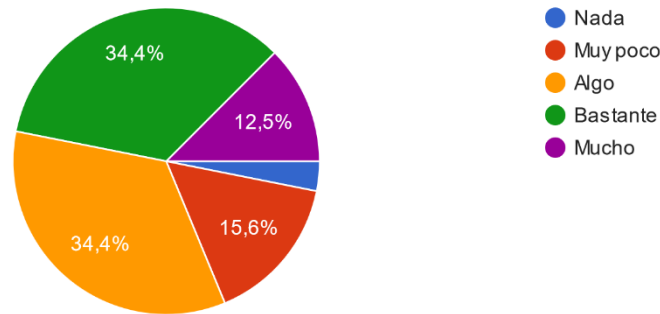
entre saber bastante y algo; en segundo lugar, está 12,5% que dicen saber mucho. Se puede interpretar que hay desarrollo bajo respecto a esta competencia en esta área.

**Figura 7.**

*Nivel conocimiento sobre corrección estética de productos comunicativos.*

Con herramientas del internet ¿Está capacitado corregir estéticamente (composición, corrección de color, iluminación, encuadres, diseño gráfico, ...nicativos que están destinado para organizaciones?

64 respuestas



**Área n4: Seguridad**

En esta área se realizó una sola pregunta con cuatro opciones. La primera opción fue protección de dispositivos digitales; segunda opción, protejo mis datos personales; la tercera opción, tengo conocimiento de los efectos de la tecnología por constante exposición; y la cuarta opción, tengo conciencia ambiental al momento de utilizar la tecnología.

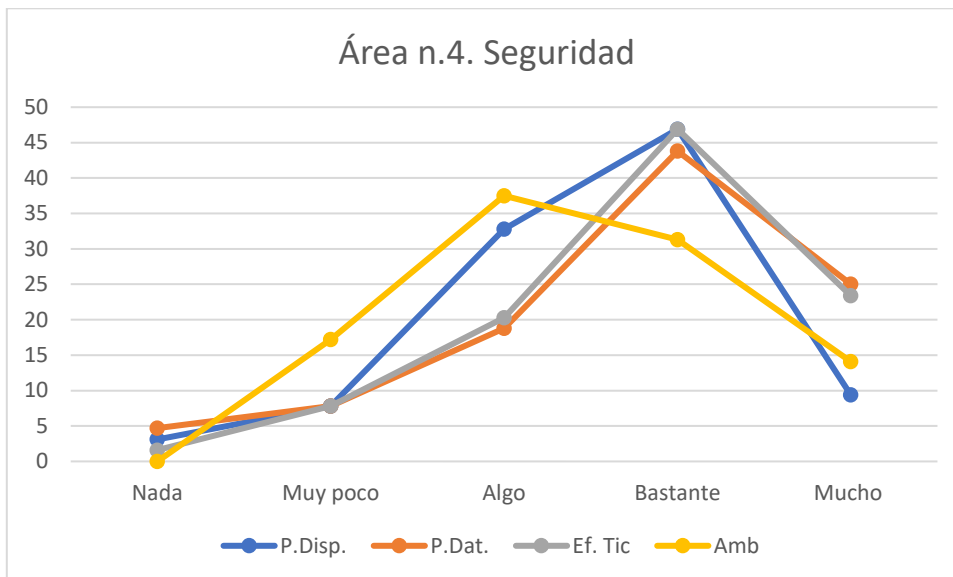
**Tabla 3.**

*Porcentajes área Seguridad.*

	<b>P.Disp.</b>	<b>P.Dat.</b>	<b>Ef. Tic</b>	<b>Amb</b>
<b>Nada</b>	3,1	4,7	1,6	0
<b>Muy poco</b>	7,8	7,8	7,8	17,2
<b>Algo</b>	32,8	18,8	20,3	37,5
<b>Bastante</b>	46,9	43,8	46,9	31,3
<b>Mucho</b>	9,4	25	23,4	14,1

**Figura 8.**

*Área Seguridad.*



Como se puede observar en el gráfico hay bastante conciencia sobre los temas de seguridad en el marco de las competencias digitales en los estudiantes de comunicación. La mayoría de respuestas, de las 4 opciones, se colocan en la categoría de que saben bastante. Así se

observan, 46,9% en protejo de dispositivo; 43,6% protejo mis datos; 46,9% efectos de la tecnología; y 37,5% en conciencia ambiental y tecnología.

### Área n5: Resolución de problemas

Sobre la capacidad de resolver problemas a nivel del software y hardware, los consultados indican lo siguiente, el 41,2% dicen que algunas veces lo pueden resolver, 35,9% que lo resuelve siempre, 15,6% que casi nunca lo resuelve. Como se puede observar hay un desarrollo medio sobre este tema.

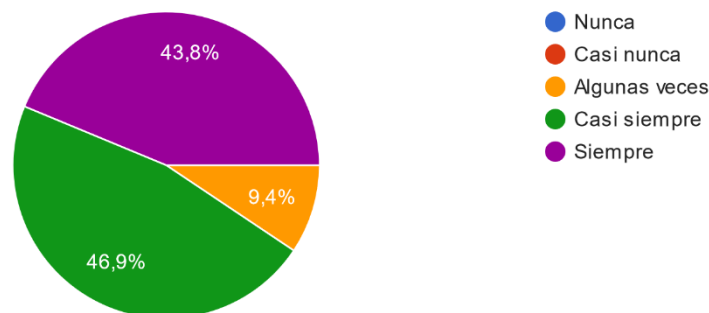
Sobre la pregunta de si tecnología digital genera innovación en la comunicación organizacional, el 46,9% señalan que casi siempre, 43,8% expresan que siempre, y el 9,4% dicen que siempre. Como se puede observar estos resultados se direccionan favorablemente hacia concepción más positiva de relacionar la tecnología digital como herramienta de innovación en el marco de la comunicación organizacional.

### Figura 9.

*Tecnología digital como herramienta de innovación en la comunicación organizacional.*

¿Usted considera que en campo de la comunicación organizacional el uso de las herramientas digitales ayuda a innovar la comunicación en una empresa u organización?

64 respuestas



La capacidad de resolver problemas de la comunicación organizacional con tecnología digital, los resultados indican que, el 40,6% dice ser algo capaz, 35,9% expresan ser bastante capaz, y 12,5% muy capaz. En esta interrogante se podría decir que hay desarrollo medio sobre esta competencia.

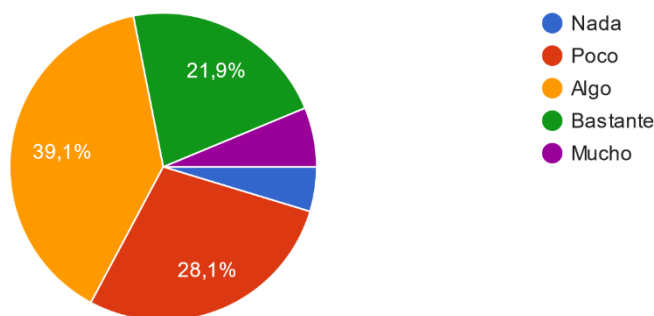
La consulta sobre la entrega de conocimiento y herramientas tecnológicas en el marco de la universidad para resolver problemas de comunicación organizacional, las respuestas indican lo siguiente: 39,1% dicen que entregan algo, 28,1% dicen que entregan poco, 21,9% consideran que bastante. Con estos resultados se puede observar que dentro del ambiente universitario hay desarrollo medio-bajo sobre conocimientos y herramientas digitales en la comunicación organizacional.

**Figura 10.**

*Conocimientos y herramientas que ofrece el ambiente universitario para resolver problemas en comunicación.*

¿En su ambiente universitario se ofrecen conocimientos y herramientas tecnológicas para resolver problemas relacionados a la comunicación en las organizaciones?

64 respuestas



Sobre la idea de poder realizar o no la gestión de la comunicación organizacional sin tecnología digital, los resultados indican que, 34,4% se puede realizar algo, 28,1% se puede realizar muy poco, y solo el 20,3% menciona que se puede hacer bastante. Los dos primeros

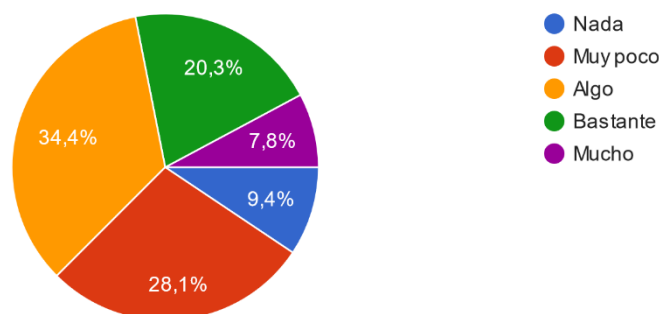
porcentajes evidencian que hay dudas sobre la gestión de la comunicación en las organizaciones sino se cuenta con herramientas digitales, evidenciado así que la comunicación organizacional, hoy por hoy, necesita de la tecnología digital para correcta gestión.

### **Figura 11.**

*Realizar comunicación organizacional sin la utilización de la red, plataformas digitales y redes sociales.*

¿En qué medida se puede realizar comunicación organizacional sin la utilización de la red, plataformas digitales y redes sociales?

64 respuestas



## **CONCLUSIONES**

A nivel regional y local se puede evidenciar la necesidad de la adquisición de las competencias digitales en los comunicadores organizacionales (Orjuela, 2011; Karam, 2017; Ulloa, 2014; Intriago y Quevedo, 2016; Cáceres, et al, 2019), sin embargo, en los datos que arroja esta investigación se muestra que el desarrollo de estas competencias, a nivel general, aún está en nivel medio – bajo.

Los resultados indican que en el área n.1., Información y Alfabetización Informacional los estudiantes no tienen mayor problema, porque saben buscar fuentes de calidad y relevancia,

y su número de fuentes supera los 3. Además, el recurso que más utiliza para profundizar sus conocimientos es el libro electrónico y como los peores evaluados son los cursos y talleres en línea.

En cambio, en el área donde los comunicadores organizacionales deberían ser más fuertes, área n.3, creación de contenidos, se observa que el desarrollo es medio. Solo la mitad de los consultados saben manejar bien programas básicos de ofimática y menos de la mitad saben sobre programas especializados de la carrera. El mismo nivel se observa en cuestiones producción de contenidos, corrección estética de productos y conocimientos de licencias.

La gestión de la comunicación organizacional es digital, pero en el ambiente universitario la entrega de conocimientos y herramientas sobre este aspecto es regular, esto indica que aún hay un reto inmenso para dotar de competencias digitales a los estudiantes y futuros comunicadores organizacionales. Pues la relación innovación, universidad y comunicación organizacional presentan resultados medios-bajos. Esto debería ser motivo de preocupación para las casas de estudio que ofrecen titulaciones en comunicación.

La comunicación organizacional es un tipo de comunicación de naturaleza más práctica que ocurre adentro y afuera de una empresa, institución pública o una fundación. Su principal función es informar, coordinar, motivar y actuar para alcanzar los objetivos organizacionales. Y como indican los resultados, cada vez más su camino se inclina hacia una gestión con tecnologías digitales. Es por esa razón que si un profesional de la comunicación organizacional no desarrolla las competencias digitales su acción profesional se vería limitada.

Finalmente, con todo lo mencionado se puede expresar que la hipótesis de este trabajo se cumple de manera parcial, ya que efectivamente hay la adquisición y desarrollo de las competencias digitales, pero los niveles están entre un desarrollo medio y medio-bajo. Por esta razón se considera que estos no son los niveles adecuados para los estudiantes y futuro profesionales de la comunicación que egresan de la universidad pública.

## REFERENCIAS

- Abdrasheva, D., Escribens, M., Sabzalieva, E., Do Nascimento, D., & Yerovi, C. (2022). *¿Reanudación o reforma?* Francia-Venezuela: UNESCO.
- Barbero, J. M. (2009). Culturas y comunicación globalizada. *Revista científica de información y comunicación*, 175-195. Obtenido de <https://icjournal-ogs.org/index.php/IC-Journal/article/view/207/204>
- Cáceres, F., Tusa, F., & Tejedor, S. (2019). La competencia digital y su importancia para el ejercicio de la comunicación organizacional en territorio. *RISTI*, 388-399. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/43af3c19c59d9fb0a81504e368d06a78/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Chiavenato, I. (2014). *Comportamiento organizacional*. McGraw Hill Education.
- Cobo, C. (2011). Uso invisible de las tecnologías y competencias para la globalidad. En C. Cobo, & J. Moravec, *Aprendizaje Invisible* (págs. 75-103). Universidad de Barcelona.
- Coll, C. (2007). Las competencias educativas, algo más que una moda y mucho menos que un remedio. *Aula de Innovación Educativa*, 34-39. Obtenido de <https://pasionytinta.files.wordpress.com/2013/04/coll-competencias-en-educacion-escolar.pdf>
- Farinango, L. (2022). *Sobre las competencias digitales de los estudiantes universitarios de comunicación organizacional en Quito (Ecuador): una propuesta docente ABP Transmedia (tesis de doctorado)*. España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*(38), 75-82. Obtenido de [file:///C:/Users/DELL/Downloads/10.3916\\_C38-2012-02-08.pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/10.3916_C38-2012-02-08.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.

- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La Trama Comunicación*, 235-252. Obtenido de <https://latrama.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/572/427>
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio*. Argentina: La Crujía.
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2017). *Marco común de competencias digital docente*. Gobierno de España.
- Intriago, C., & Quevedo, N. (2016). Competencias comunicativas profesionales en la formación del comunicador social. *Mikarimin*, 43-52. Obtenido de <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/340>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. España: Paidós.
- Karam, T. (2017). ¿Nuevas tecnologías, nuevos perfiles en comunicación? *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 56-67. Obtenido de <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/432/435>
- López, I. (2011). La competencia comunicativa y las TIC. En J. J. Larrea, & F. Cardona, *Docencia y comunicación en Latinoamérica* (págs. 89-106). Argentina: Dircom.
- Marta-Lazo, C., & Gabelas, J. A. (2016). *Comunicación Digital. Un modelo basado en el factor R-elacional*. España: UOC.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. España: Paidós.
- Orjuela, S. (2011). Desafíos en la formación del comunicador organizacional en Latinoamérica. En J. J. Larrea, & F. Cardona, *Docencia y Comunicación en Latinoamérica* (págs. 239-248). Dircom.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital*. España: Gedisa.
- Senescyt. (2022). *Evaluación de los efectos e impactos del Covid-19 en la educación superior*. Senescyt. Obtenido de

file:///C:/Users/DELL/Downloads/Educaci%C3%B3n-superior-y-efectos-  
COVID.pdf

Sevillano, Luisa, M., & Vázquez, E. (2015). *Modelos de Investigación en contexto ubicuos y móviles en educación superior*. España: McGraw Hill Education UNED.

Sevillano, M. L. (2015). El contexto socioeducativo de la ubicuidad y la movilidad. En E. Vázquez-Cano, & M. L. Sevillano, *Dispositivos móviles en educación* (págs. 17-37). Narcea.

Ulloa, C. (2014). Comunicación: oferta académica y mercado laboral. *Estrategas, investigación en comunicación*. Obtenido de <https://marketing.udla.edu.ec/ojs/index.php/estrategas/article/view/131>

Vivancos, J. (2008). *Tratamiento de la información y competencia digital*. España: Alianza Editorial.