

Youtube e Instagram en educación superior: competencias mediáticas del docente universitario

Andrade-Vargas, L., Portugal, R., Sandoval-Romero, Y., & Labanda-Jumbo, C. (2024). Youtube and Instagram in higher education: media competencies of university teachers. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(2). <https://doi.org/10.5944/ried.27.2.39080>

Introducción

El acceso acelerado a Internet, las tecnologías y las redes sociales contribuyen al desarrollo de nuevos contextos educativos con transformaciones significativas en la enseñanza-aprendizaje. Ampliar la conversación sobre estos nuevos escenarios es indispensable para entender el uso de las redes sociales y la educomunicación como tendencia para el futuro.



Objetivo

El presente estudio tiene como objetivo identificar e integrar la dimensión de la competencia mediática en dominios: habilidades, actitudes y conocimientos que debe tener el docente para gestionar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las redes sociales de YouTube e Instagram.

Metodología

Emplea un diseño cuantitativo exploratorio, desarrollado entre 2021 y 2022, con una muestra de 152 profesores. A través de un instrumento validado para estudiantes y docentes de Latinoamérica, se analiza las competencias mediáticas de: Lenguaje, Tecnología, Procesos de interacción, Procesos de producción y difusión, Ideología y valores, y Estética.



Instrumento

El instrumento se compone de 29 preguntas que establecen dominios: habilidades, actitudes y conocimientos que requiere el docente para gestionar el proceso de enseñanza-aprendizaje en redes como YouTube e Instagram.

Resultado

Como resultado se obtiene que no existen diferencias significativas en los dominios de conocimientos, habilidades y actitudes, es decir los profesores universitarios muestran un nivel similar en competencia mediática en YouTube e Instagram.



Conclusión

La experiencia docente y la edad influyen en el desarrollo de la competencia mediática, con una mayor integración de herramientas tecnológicas por parte de profesores con más trayectoria, mientras que los profesores más jóvenes muestran una mayor disposición hacia enfoques mediáticos innovadores como el uso de YouTube e Instagram.