

# III Congreso Internacional **Competencias Mediáticas**



## La conectividad permanente en los profesionales de la comunicación desde la perspectiva generacional

Patrocinan:



Organizan:



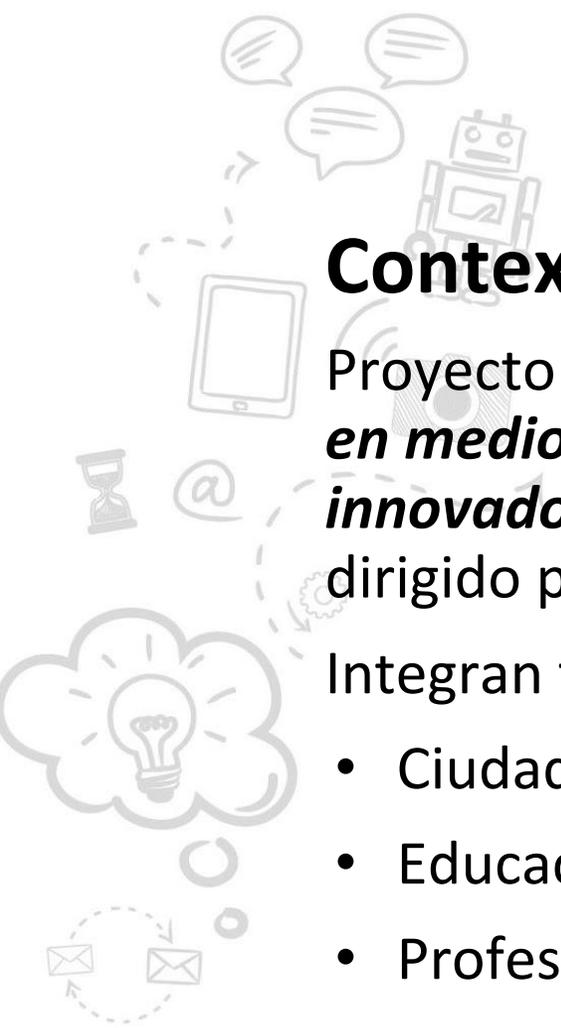


# La conectividad permanente en los profesionales de la comunicación desde la perspectiva generacional

**Agustín García Matilla**  
**Belinda de Frutos Torres**  
Universidad de Valladolid



I + D proyecto coordinado Edumedia. Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples .I.P. Ignacio Aguaded. Subproyecto "Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en el ámbito profesional de la comunicación" I.P. Agustín García Matilla. EDU2015-64015-C3-3-R (MINECO/FEDER)

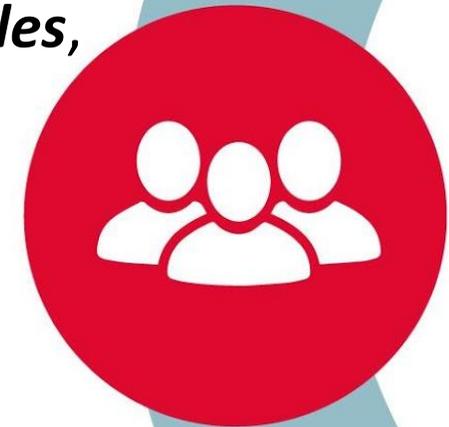


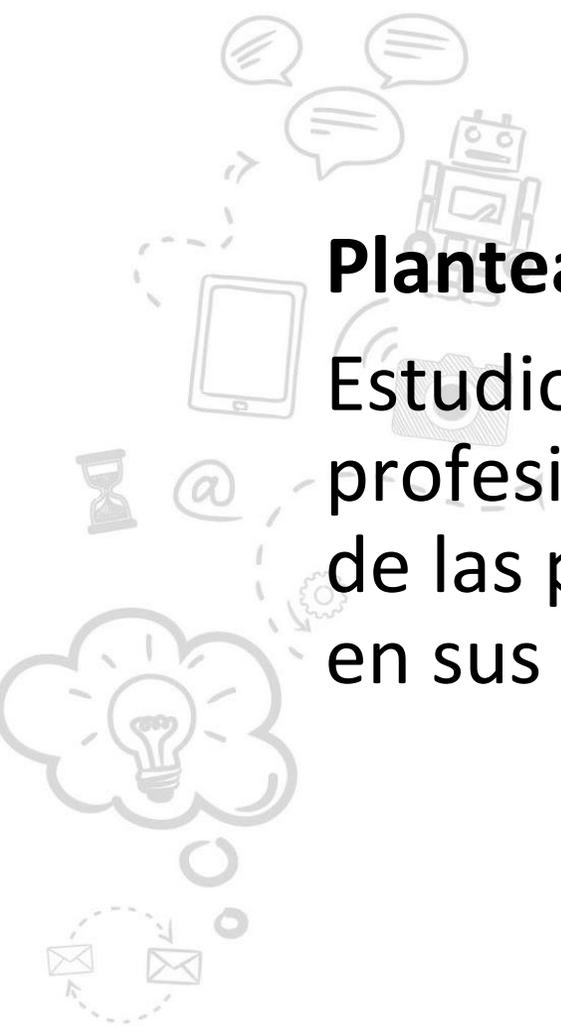
## Contexto:

Proyecto de investigación: ***Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples***, dirigido por *Profesor Ignacio Aguaded*.

Integran tres subproyectos:

- Ciudadanía
- Educación
- Profesionales de la comunicación (Prof. García Matilla)

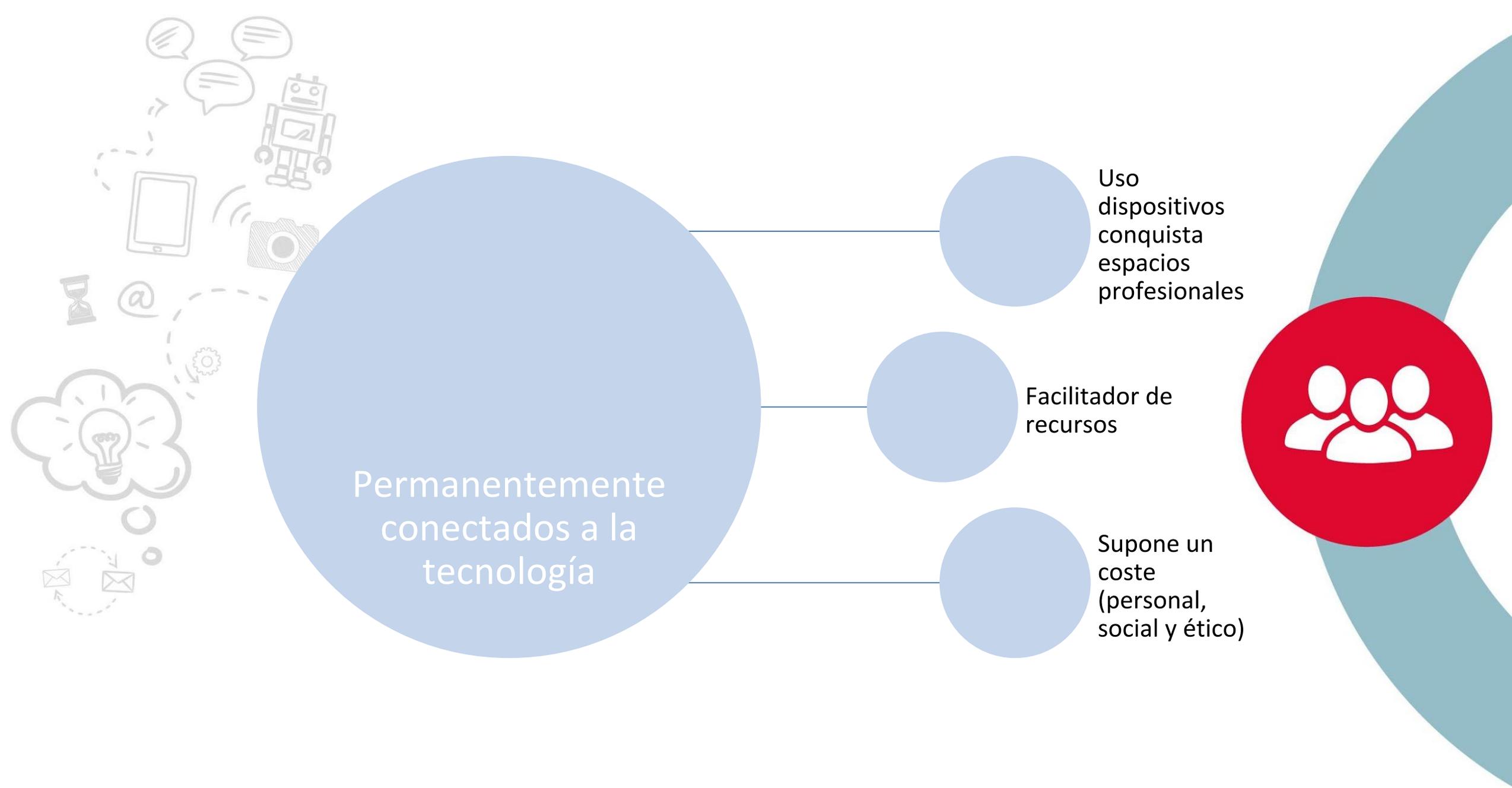


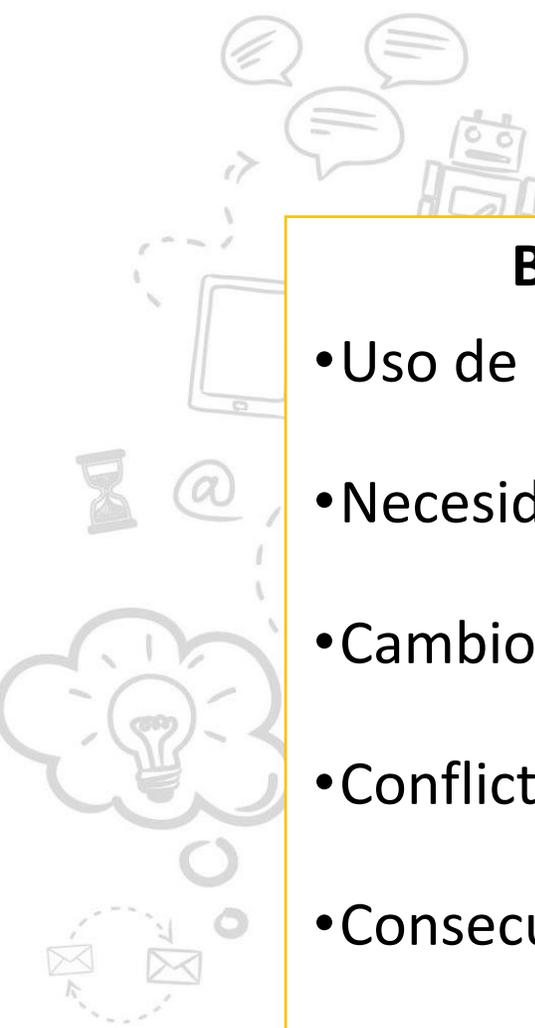


## Planteamiento:

Estudio de las competencias mediáticas entre los profesionales de la comunicación lleva al estudio de las prácticas de uso de los dispositivos móviles en sus múltiples variantes.



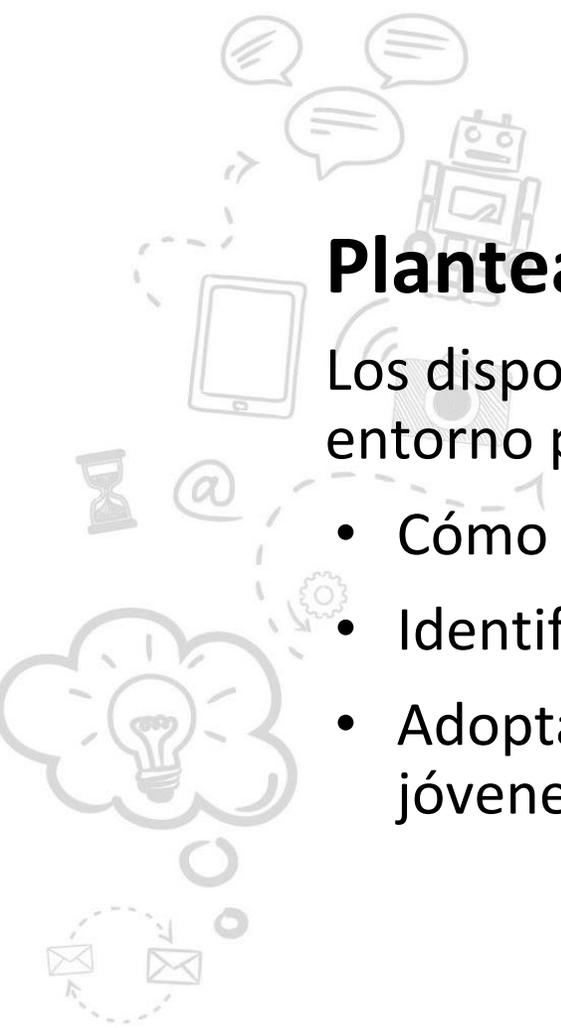




## **Bloques temáticos que abarca la investigación:**

- Uso de los dispositivos móviles
- Necesidades de formación
- Cambios en la actividad profesional
- Conflictos generados por los contenidos
- Consecuencias para la cultura y la sociedad





## Planteamiento:

Los dispositivos móviles se han integrado en la rutina diaria en el entorno personal y profesional.

- Cómo se han integrado ¿De lo personal a lo profesional?
- Identificación de los diferentes usos
- Adoptar la perspectiva generacional ¿Son los comunicadores más jóvenes los que más adoptan los dispositivos móviles?



## Antecedentes:

Adopción de la tecnología paulatina, a medida que se alcanza la madurez digital se desdibujan las diferencias generacionales.

<i>Año</i>	<i>Millones usuarios</i>	<i>Penetración Internet %</i>	<i>Penetración Televisión %</i>
2000	4,363	12,6	89,2
2005	7,292	19,7	88,9
2010	15,127	38,4	87,9
2015	26,426	66,7	88,3
2018	30,726	77,1	85,6

Fuente: EGM, 2018

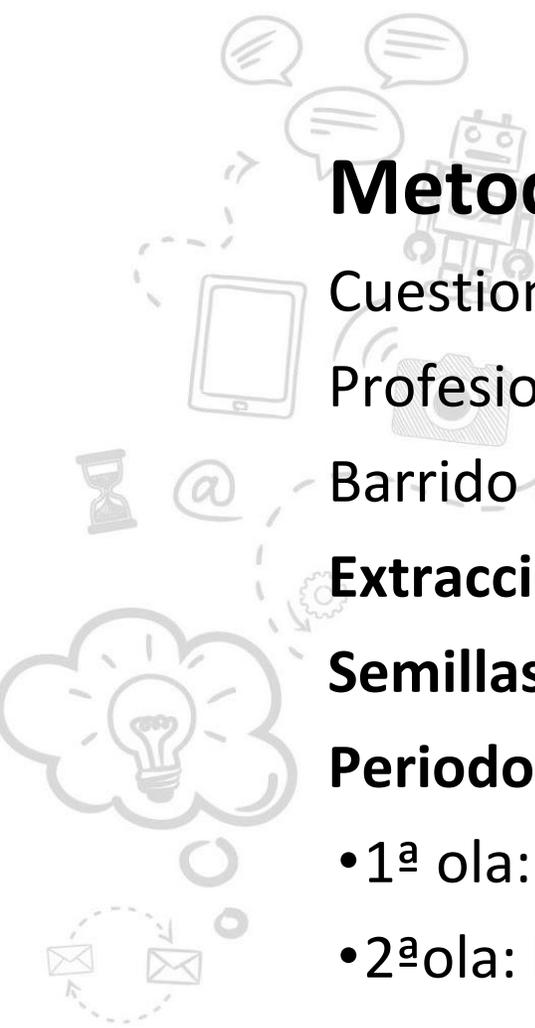
## Antecedentes:

Según evoluciona la tecnología desaparecen las diferencias en el alcance de las mismas entre las distintas generaciones.

<i>Años</i>	<i>2000</i>	<i>2005</i>	<i>2010</i>	<i>2015</i>	<i>2018</i>
<i>Edad</i>	Penetración de Internet (%)				
<i>20-24</i>	26,2	38,0	62,8	90,9	96,5
<i>25-34</i>	22,7	30,5	54,7	87,8	95,8
<i>35-44</i>	13,3	21,4	46,7	83,6	93,6
<i>45-54</i>	8,5	17,3	34,6	70,5	87,2
<i>55-64</i>	2,7	7,8	22,8	53,8	74,8
<i>Total</i>	<i>12,6</i>	<i>19,7</i>	<i>38,4</i>	<i>66,7</i>	<i>77,1</i>

Fuente: EGM, 2018





## Metodología:

Cuestionario online.

Profesionales de la comunicación.

Barrido sobre 30 ítems sobre actividades desde los dispositivos móviles.

**Extracción:** bola de nieve (profesionales en España)

**Semillas:** Asociaciones profesionales, contactos personales, etc.

### Periodo de recogida

- 1ª ola: junio a noviembre de 2017
- 2ª ola: Diciembre a Enero de 2017



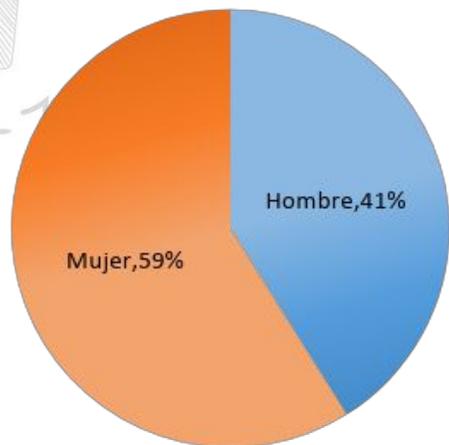
# Usos de los dispositivos móviles

Cuando te conectas a Internet desde tu dispositivo móvil lo utilizas para

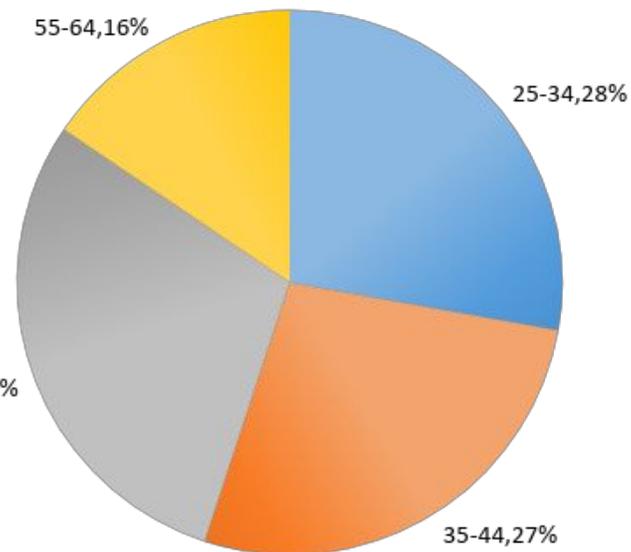
Informarte	Informar	Acceder a <u>Twitter</u>	Editar fotografías]
Documentarte	Compartir	Acceder al Facebook	Grabar vídeos
Leer prensa	Felicitar	Acceder al <u>Whatsapp</u>	Fotografiar
Consultar	Motivar	Acceder a otra red social	Crear composiciones visuales con <u>apps</u>
Utilizar mail personal	Convocar	Realizar cursos o <u>moocs</u>	Promocionar tu marca personal]
<u>Geolocalizar</u>	Actualizar redes sociales	Ver tutoriales	Aumentar tus seguidores
Traducir			Crear contenidos
			Difundir acciones comerciales

# Muestra:

Sexo



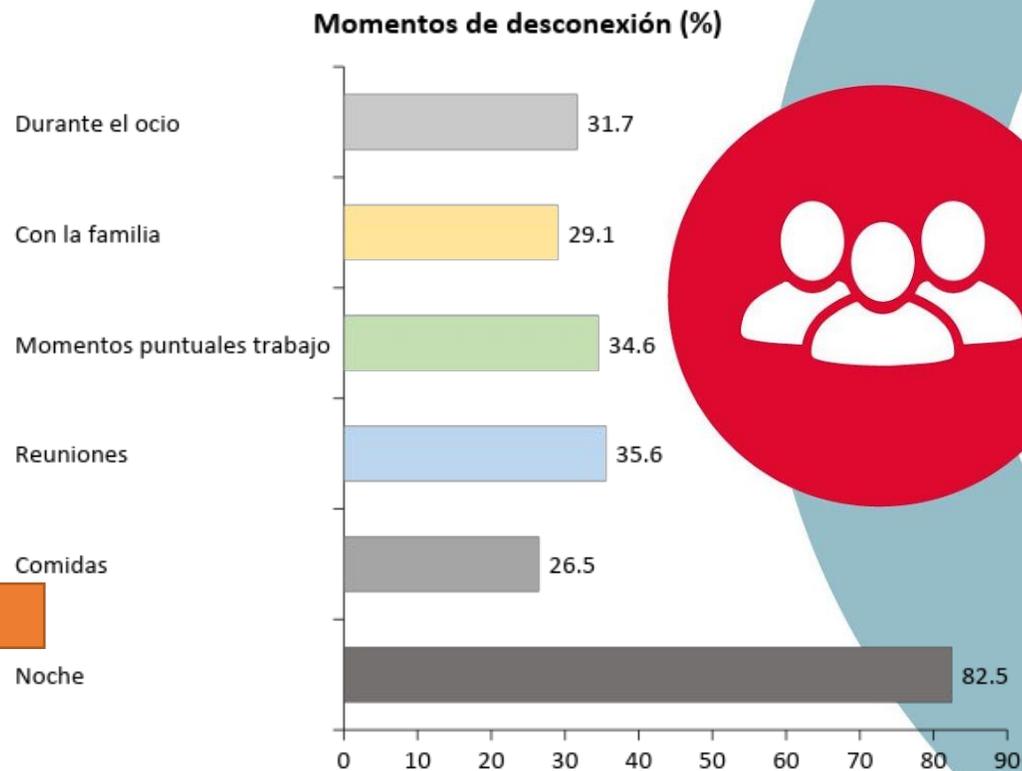
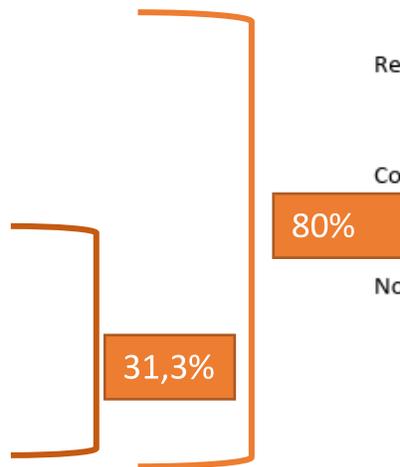
Distribución de la edad



Área actividad



# Resultados: Conectividad permanente



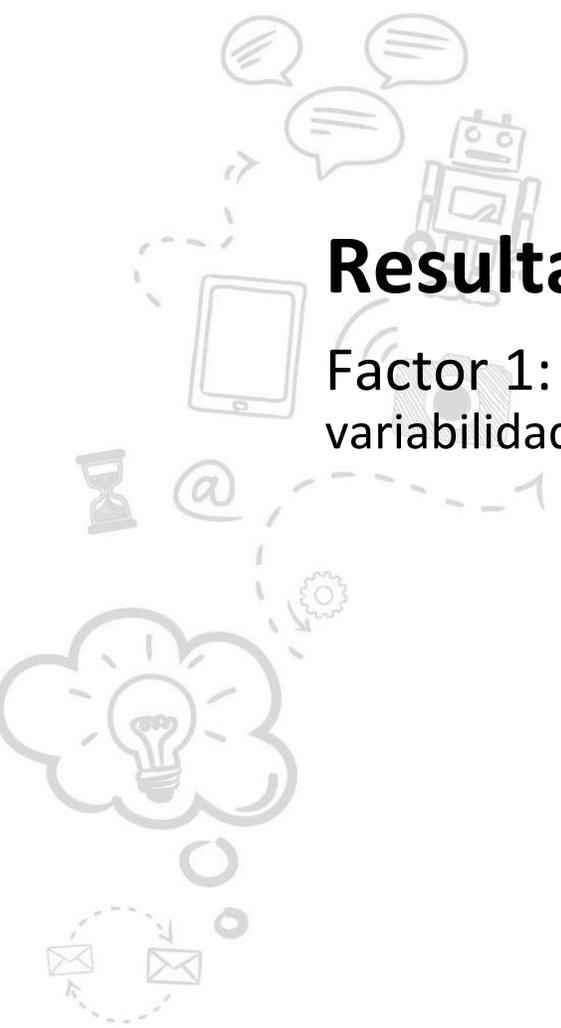
# Configuración del uso de los dispositivos

## Dimensiones:

- Promoción
- Actualización
- Creación de contenidos visual
- Interacción
- Redes sociales

	1	2	3	4	5
Aumentar tus seguidores	0,719				
Otras actividades	0,717				
Promocionar tu marca personal	0,69				
Difundir acciones comerciales	0,649				
Crear contenidos	0,571		0,52		
Otra actividad	0,569	0,342			
Acceder a otra red social	0,441				0,44
Realizar cursos o <del>mocs</del>	0,427	0,358			
Informarte		0,792			
Documentarte		0,784			
Traducir		0,612			
Consultar		0,578			0,388
Leer prensa		0,567			0,372
Utilizar mail personal		0,519			
Editar fotografías			0,798		
Fotografiar			0,774		
Grabar videos			0,734		
Crear composiciones visuales con <del>apps</del> creativas	0,436		0,631		
Motivar				0,719	
Felicitar				0,713	
Convocar				0,654	
Compartir				0,542	0,409
<del>Geolocalizar</del>				0,417	
Informar				0,377	
Acceder al <del>Whatsapp</del>					0,677
Acceder a <del>Twitter</del>					0,652
Acceder al Facebook					0,562
Actualizar redes sociales	0,42		0,529		0,561
<b>Porcentaje de varianza explicada</b>	<b>13,8%</b>	<b>11,8%</b>	<b>11,8%</b>	<b>9,7%</b>	<b>9,5%</b>





## Resultados:

Factor 1: **Promoción** comunicación/imagen y el marketing personal (13,8% de la variabilidad).





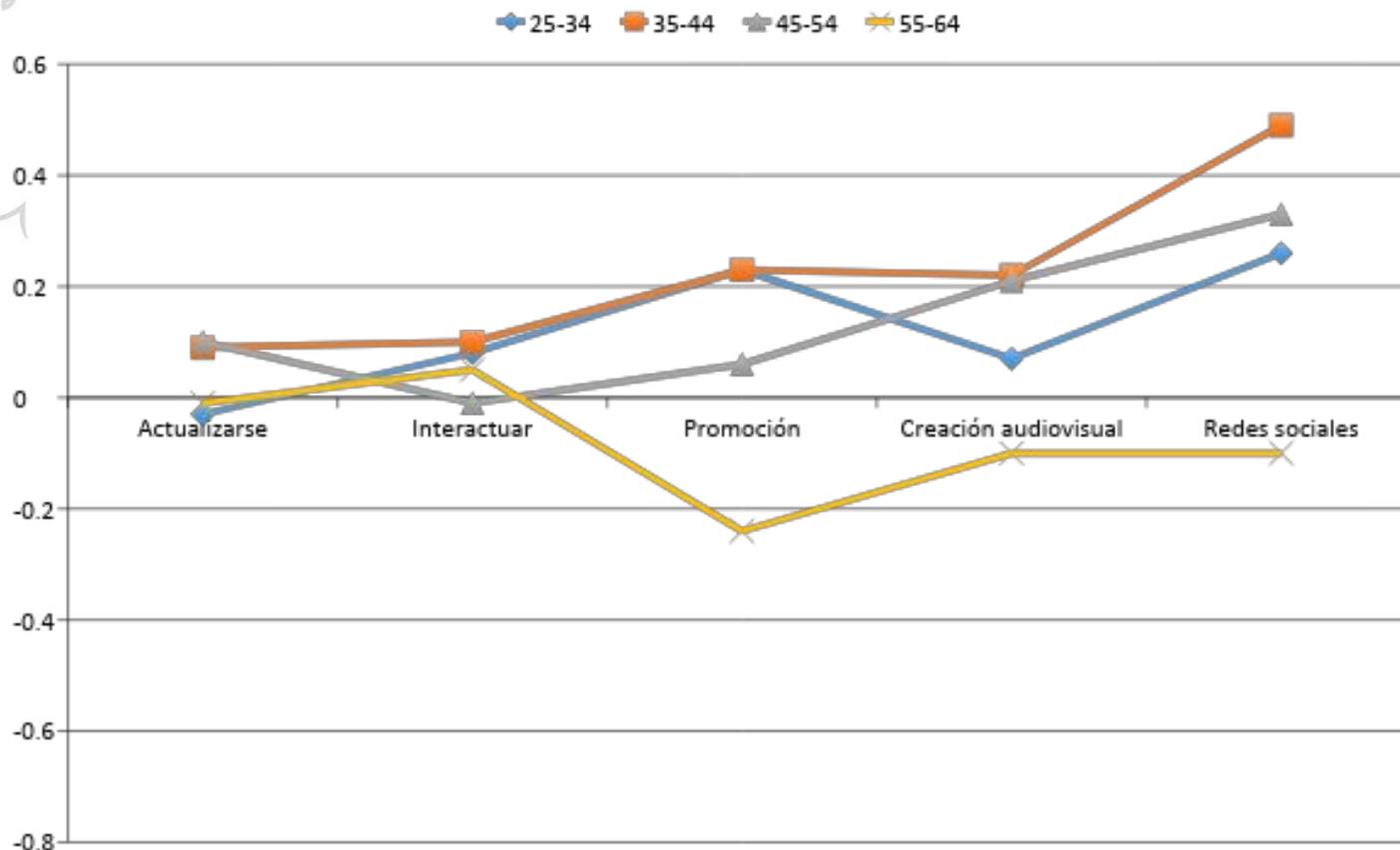
## Resultados:

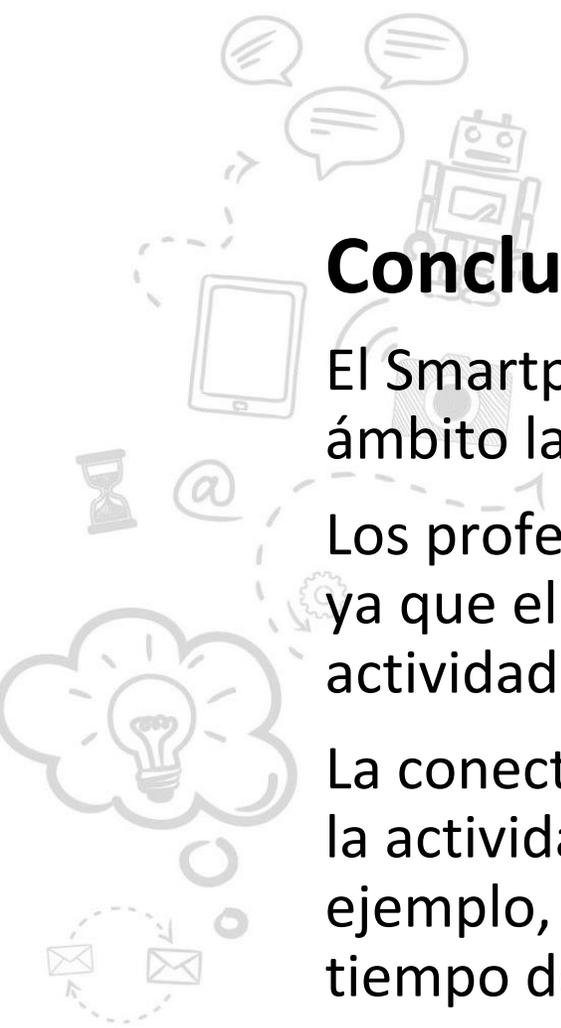
Factor 2: **Actualizarse** (11,8% de la variabilidad).



# Comparación entre grupos de edad

Puntuaciones medias en las dimensiones por edad





## Conclusiones:

El Smartphone y la Tablet son los dos dispositivos más empleados en el ámbito laboral.

Los profesionales recurren a sus dispositivos móviles con gran asiduidad ya que el 66% lo hace durante más del 50% del tiempo dedicado a su actividad.

La conectividad permanente de los profesionales provoca la invasión de la actividad profesional en los tiempos de ocio (y viceversa). Por ejemplo, más del 70% no citan como momento de desconexión el tiempo dedicado a la familia o a las comidas.



## Conclusiones

La distancia entre profesionales jóvenes y mayores se ha ido reduciendo, minimizando el riesgo de brecha digital en lo que respecta a sus capacidades, destrezas y prácticas.

Las acciones de promoción y la actividad en redes marcan las diferencias más significativas.

Los usos y consumos de los profesionales deberán ser comparados con los de la población general.

La educación en competencia mediática no puede ser concebida en el futuro sin un estudio pormenorizado de los contextos de uso.



Agustín García Matilla  
agustin.garcia@hmca.uvaes

Belinda de Frutos Torres  
belinda.defrutos@hmca.uva.es

# GRACIAS

Patrocinan:



Organizan:

