Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Educación

Escuela Profesional de Educación

Competencia mediática de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, de la Facultad de Educación, UNMSM – 2023

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Educación

AUTOR

Luis Carlos LÓPEZ QUIÑONES

ASESOR

Dra. Doris Elida FUSTER GUILLÉN

Lima, Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

López, L. (2024). *Competencia mediática de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, de la Facultad de Educación, UNMSM – 2023*. [Trabajo de investigación de bachiller, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Educación, Escuela Profesional de Educación]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Luis Carlos López Quiñones
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43534266
URL de ORCID	No aplica
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Doris Elida Fuster Guillén
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	04086550
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-1319-4257
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Esther Mariza Velarde Consoli
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	25499163
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Jessica Paola Palacios Garay de Rodríguez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	00370757
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Núñez Lira
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08012101
Datos de investigación	
Línea de investigación	E.3.5.3. TIC y educación

Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: Facultad de Educación de UNMSM País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Avenida: Carlos Germán Amezaga 375 Latitud: -12.055159557443403 Longitud: -77.08523991147364
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Febrero – diciembre 2023
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.03.01

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN - EPE

ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN LUIS CARLOS LÓPEZ QUIÑONES PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN EDUCACIÓN

En la ciudad de Lima a los diecinueve días del mes de julio de 2024, se reunieron los miembros del jurado evaluador, presidido por la Dra. Esther Mariza Velarde Consoli, e integrada por los miembros del jurado: Dra. JESSICA PAOLA PALACIOS GARAY y Dr. LUIS ALBERTO NUÑEZ LIRA, para calificar la sustentación del Trabajo de Investigación titulado: COMPETENCIA MEDIÁTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO AÑO, ESPECIALIDAD DE SECUNDARIA, DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN, UNMSM – 2023, presentada por don LUIS CARLOS LÓPEZ QUIÑONES para optar el Grado Académico de Bachiller en Educación.

Después de escuchar la exposición del graduando, el jurado procedió a formular las preguntas del reglamento y luego de una calificación en privado decidió otorgarle el calificativo de:

18 - DIECIOCHO

APROBADO CON MENCIÓN HONROSA

Como testimonio del acto realizado, cada uno de los miembros del jurado procedieron a suscribir la presente ACTA para que sea remitida a las instancias correspondientes, a fin de que se expida previo trámite administrativo, el diploma que acredite al egresado como Bachiller en Educación.

Dra. ESTHER MARIZA VELARDE CONSOLI
Jurado evaluador

Dra. JESSICA PAOLA PALACIOS GARAY
Jurado evaluador

Mg. LUIS ALBERTO NUÑEZ LIRA
Jurado evaluador

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN - EPE

ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN EDUCACIÓN

NOMBRE DEL AUTOR: **LUIS CARLOS LÓPEZ QUIÑONES**

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: COMPETENCIA MEDIÁTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO AÑO, ESPECIALIDAD DE SECUNDARIA, DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN, UNMSM – 2023

JURADO INTEGRADO POR LOS PROFESORES:

PRESIDENTE: DRA. ESTHER MARIZA VELARDE CONSOLI

MIEMBRO DE JURADO: DRA. JESSICA PAOLA PALACIOS GARAY

MIEMBRO DE JURADO: DR. LUIS ALBERTO NUÑEZ LIRA

RESULTADO FINAL: **18 - DIECIOCHO**

.....

APROBADO CON MENCIÓN HONROSA

.....

Lima, 19 de julio de 2024

Dra. ESTHER MARIZA VELARDE CONSOLI
Jurado evaluador

Dra. JESSICA PAOLA PALACIOS GARAY
Jurado evaluador

Mg. LUIS ALBERTO NUÑEZ LIRA
Jurado evaluador

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo Doris Elida Fuster Guillén en mi condición de asesor del trabajo de investigación, cuyo título es **"Competencia mediática en estudiantes universitarios del segundo año de la Facultad de Educación, especialidad en Secundaria, UNMSM 2023"** presentado por el egresado **Luis Carlos López Quiñones** para optar el grado académico de Bachiller en Educación, CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de 19 % de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional**.

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del grado/ título/ especialidad correspondiente.

Firma del Asesor

DNI: 04086550

Nombres y apellidos del asesor: Doris Elida Fuster Guillén



Dedicatoria

A mi hermano menor,

Julio Eduardo López Quiñones,

por su ejemplo de determinación.

Agradecimientos

A mi familia.

A mi asesora, Dra. Doris Fuster.

A los profesores, autoridades y personal administrativo de la Facultad de Educación UNMSM por brindarnos los espacios y permisos requeridos para realizar la investigación.

A los alumnos, de la E.P. de Educación del segundo año de 2023, por su participación.

Índice

RESUMEN 8
1. Introducción 9
1.1. Delimitación del problema 9
1.1.1. Realidad internacional 9
1.1.2. Realidad nacional 10
1.1.3. Realidad local 11
1.1.4. Pronóstico 11
1.1.5. Control 11
1.2. Pregunta del problema 11
1.2.1. Problema general 11
1.2.2. Problemas específicos 12
1.3. Justificación 12
1.3.1. Teórica 12
1.3.2. Social 13
1.3.3. Metodológica 13
1.3.4. Práctica 13
1.4. Objetivos del documento 13
1.4.1. Objetivo general 13
1.4.2. Objetivos específicos 13
1.5. Hipótesis y propuestas 14
1.5.1. Hipótesis general 14
1.5.2. Hipótesis específicas 14
2. Estado del conocimiento 15
2.1. Avances significativos recientes respecto al tema tratado 15
2.1.1. Antecedentes internacionales 15
2.1.2. Antecedentes nacionales 17
2.1.3. Enfoque teórico 18
2.1.3.1. Socio constructivismo 18
2.1.3.2. Conectivismo 18
2.1.4. Concepto de variable: competencia mediática 19
Dimensión 1. Lenguajes 20
Dimensión 2. Tecnología 21
Dimensión 3. Proceso de interacción 22
Dimensión 4. Estética 24
Dimensión 5. Ideología y valores 25

Dimensión 6. Producción y difusión 27
3. Método 34
3.1. Descripción general del entorno 34
3.2. Procedimientos o protocolos 34
3.3. Población de estudio y elección de la muestra o muestra poblacional 35
3.4. Diseño de los experimentos 36
3.4.1. Enfoque 36
3.4.2. Tipo de investigación 37
3.4.3. Diseño 37
3.5. Métodos de investigación 38
3.5.1. Técnica e instrumento 38
3.5.2. Recogida de información 38
3.5.3. Validez y fiabilidad 38
3.6. Recopilación y organización de datos 40
3.7. Análisis estadístico (método de análisis de datos) 40
4. Resultados 40
4.1. Descripción 40
4.2. Prueba de Hipótesis 47
4.3. Hipótesis general y específicos 47
4.3.1. Hipótesis general de la investigación 47
4.3.2. Hipótesis estadística 47
4.3.3. Hipótesis específicas 49
Primera hipótesis específica 49
Segunda hipótesis específica 50
Tercera hipótesis específica 51
Cuarta hipótesis específica 53
Quinta hipótesis específica 54
Sexta hipótesis específica 55
5. Discusión 56
6. Conclusiones 59
Recomendaciones 62
Referencias 63
Anexos 71

Índice de tablas

Tabla 1. *Definición de los indicadores de la dimensión de lenguajes.* 20

Tabla 2. *Definición de los indicadores de la dimensión de tecnología.* 21

Tabla 3. *Definición de los indicadores de la dimensión del proceso de interacción.* 22

Tabla 4. *Definición de los indicadores de la dimensión de estética.* 24

Tabla 5. *Definición de los indicadores de la dimensión de ideología y valores.* 25

Tabla 6. .... *Definición de los indicadores de la dimensión de los procesos de producción y difusión.* 27

Tabla 7. *Cuadro de operacionalización de la variable competencia mediática.* 29

Tabla 8. *Número de estudiantes ingresantes en la Escuela Profesional de Educación, de la especialidad de Secundaria – 2022.* 35

Tabla 9. *Cálculo del tamaño de la muestra.* 35

Tabla 10. *Número de estudiantes del segundo año 2023-2 de la especialidad de Secundaria que participaron en la investigación.* 36

Tabla 11. *Especialidad y fechas de aplicación del cuestionario sobre competencia mediática.* 38

Tabla 12. *Validación de expertos.* 39

Tabla 13. *Fiabilidad del instrumento.* 39

Tabla 14. *Percepción de Competencia mediática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 40

Tabla 15. *Percepción de la dimensión de los lenguajes, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 41

Tabla 16. *Percepción de la dimensión de tecnología, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 42

Tabla 17. *Percepción de la dimensión del proceso de interacción, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 43

Tabla 18. *Percepción de la dimensión de estética, ática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 44

Tabla 19. *Percepción de la dimensión de ideología y valores, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 45

Tabla 20. *Percepción de la dimensión de los procesos de producción y difusión, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.* 46

Tabla 21. *Resultados de la prueba de normalidad.* 47

Tabla 22. *Coeficiente de regresión logística de las dimensiones de la competencia mediática.* 48

Tabla 23. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión de los lenguajes.* 49

Tabla 24. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión tecnología.* 50

Tabla 25. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión proceso de interacción.* 52

Tabla 26. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión estética.* 53

Tabla 27. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión ideología y valores.* 54

Tabla 28. *Coeficiente de regresión logística de la dimensión proceso de producción y difusión.* 55

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa de ubicación de la Facultad de Educación. 34

Figura 2. Percepción de Competencia mediática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023 40

Figura 3. Percepción de la dimensión de los lenguajes, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023 41

Figura 4. Percepción de la dimensión de tecnología, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023 42

Figura 5. Percepción de la dimensión del proceso de interacción, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023. 43

Figura 6. Percepción de la dimensión de estética, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023 44

Figura 7. Percepción de la dimensión de ideología y valores, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023. 45

Figura 8. Percepción de la dimensión de los procesos de producción y difusión, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023. 46

RESUMEN

En su desarrollo, la competencia mediática busca contribuir con la autonomía de los ciudadanos frente a los adelantos que caracterizan a los medios de comunicación. El objetivo de nuestra investigación fue determinar la dimensión y los indicadores que predominan en la competencia mediática, de un grupo de estudiantes universitarios. El trabajo de investigación realizado fue pura o teórica, de diseño transversal, no experimental. De enfoque cuantitativo y subtipo de diseño descriptivo. Se empleó la encuesta para obtener los datos, el instrumento aplicado fue un cuestionario de 89 ítems a 131 estudiantes. La muestra fue no probabilística, de acuerdo con la población de estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM 2023. Los resultados indican que, de las seis dimensiones analizadas, la dimensión de estética es la que predomina. Concluimos que el factor que predomina o ejerce mayor peso sobre la competencia mediática en el grupo de estudiantes universitarios es la dimensión de estética. De esta forma, se rechaza nuestra hipótesis general, que señalaba a la dimensión tecnología como la de mayor predominancia.

Palabra clave: competencia mediática

1. Introducción

1.1.Delimitación del problema

En la actualidad, los estudiantes desarrollan sus actividades en un ambiente mediatizado e hiperconectado. Frente a estos nuevos desafíos para la educación, se hace necesario contar con personas y profesionales competentes en el empleo de los medios de comunicación. La presente investigación busca determinar la competencia mediática en estudiantes universitarios del segundo año. Abordamos nuestra investigación desde la propuesta desarrollada por Ferrés & Piscitelli (2012) sobre competencia mediática y definida como los conocimientos, las habilidades y las actitudes relacionadas a seis dimensiones sobre el dominio de los medios, que son: 1) lenguajes; 2) tecnología; 3) procesos de producción y difusión; 4) procesos de interacción; 5) ideología y valores; y 6) estética. Otro referente es Mateus et al. (2020) para quien la educación mediática es entendida como el proceso que fomenta capacidades críticas y creativas en la interacción de los ciudadanos y los medios de comunicación. En base a su propuesta desarrollamos los indicadores de nuestra investigación.

1.1.1. Realidad internacional

En el ámbito internacional, en el año 2017 se realizó un estudio donde participaron estudiantes universitarios, la finalidad fue conocer el grado de competencia mediática en diferentes países de Iberoamericana. Los países participantes fueron: España, Brasil, Colombia, Portugal, Ecuador, México y Perú. La investigación concluyo que Colombia era el país con mayor calificación en las dimensiones analizadas. El Perú obtuvo la calificación más baja de entre los otros 6 países participantes. Además, a pesar de que la muestra analizada eran jóvenes universitarios con preferencias en contenidos audiovisuales, todos los países obtuvieron un nivel de competencia “bajo” en los factores de recepción e interacción, ideología y valores, y en parte de producción. (Marín-Gutiérrez et al. 2019).

Mesquita-Romero et al. (2022) realizó una investigación sobre alfabetización mediática en Colombia, aconseja a los educadores no asumir que los estudiantes sean “nativos digitales” por el hecho de haber nacido y crecido rodeados en el actual ecosistema mediático y digital. El autor en base a su experiencia señalo que, si bien es cierto que los jóvenes tienen habilidades para adaptarse, es necesario encausar la forma en que ellos

abordan los medios de comunicación, en especial los procesos básicos de gestión de la información, así como en el proceso de interacción y el análisis de los mensajes.

En la misma dirección, Mateus et al. (2019) señaló que en el contexto de digitalización actual, la presencia de los medios es general, lo que manifiesta nuevos problemas en el ámbito social. Estos están relacionados con la gestión de la información, en especial a la proliferación de noticias falsas. El autor señala tres problemas que enfrenta la educación mediática y su competencia. Primero a nivel político institucional, en nuestra región ha estado enfocado en brindar tecnología, "tablet" y computadoras, sin una mirada crítica a su uso y al abordaje que debamos tener ante estas tecnologías. Segundo, el desafío pedagógico de desconocer que son las competencias mediáticas y a su implementación en la curricular nacional. Tercero, de corte metodológico, respecto a las investigaciones realizadas sobre competencias mediática, no enfocadas en las capacidades reales.

1.1.2. Realidad nacional

En el ámbito nacional, son varios los autores que proponen agregar el enfoque de educación y competencia mediática al Currículo Nacional de Educación Básica (CNEB) del Perú. Frente al desarrollo acelerado de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Según Dongo-Mejía et al. (2022) la competencia mediática no se halla en el currículo peruano. Es necesario que este dentro del área de Comunicación del CNEB para que sirva a los docentes en el impulso de la conciencia mediática de los estudiantes.

Para Rivadeneyra-Olcese (2022) en el Proyecto Educativo Nacional al 2036, publicado el 2020, se vislumbra ya, de manera somera, la incorporación del enfoque de competencia mediática. Impulsada por lo acontecido durante la pandemia y la relevancia significativa del uso de las TIC. Agrega que este enfoque es necesario en el CNEB y en la educación superior en el Perú. Más ahora, frente a la coyuntura política que vive nuestro país.

En su tesis doctoral, Mateus (2019) señaló la importancia de incluir ciertos aspectos de la educación mediática en la curricular escolar, sería el inicio para prestar atención a la influencia que efectúan los medios de comunicación en los estudiantes. Pero, esto no constituye una solución definitiva al problema. Para ello es necesario una mayor implicancia de los profesores y los actuales docentes en formación, en conocer los alcances e importancia del estudio de la educación mediática y su competencia.

1.1.3. Realidad local

En el ámbito local, los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) no están exentos de los problemas observados en otras instituciones sobre la competencia mediática. Por ello, es necesario realizar un diagnóstico sobre el tema y no quedarnos en suposiciones. En Lima, Mateus (2019) realizó una investigación en las universidades e instituciones privadas de formación de docentes, el objetivo fue diagnosticar la competencia mediática. Hallando que, el estado del conocimiento sobre la educación mediática es incipiente. Concluye y explica que se debe a dos razones: el desconocimiento del significado de educación mediática y a la falta de un marco normativo que la visualice. Ambas causas se correlacionan.

1.1.4. Pronóstico

Es importante tener presente el impacto que suponen los medios en nuestra vida social y en los aprendizajes adquiridos. De continuar ignorándolos, pronosticamos que los estudiantes seguirán a merced de lo que les digan los medios de comunicación, sin entender muchas veces la forma en que los medios les influye. Prohibir su uso, con la excusa que solo distraen o solo sirven para entretener no funciona. Lo que debemos hacer es integrarlos a nuestra realidad y usarlas como medio de aprendizaje. Otro punto es, el hecho de estar tan "ocupados", nos distrae de la importancia de reconocer la velocidad con la que interactuamos con los medios, y entender que debemos dar un espacio para tener una actitud crítica reflexiva frente a los medios de comunicación. Es necesario aprenderlo en las aulas y en todos los niveles, asumiendo la actualización de nuestro sistema educativo.

1.1.5. Control

Por todo lo anterior, el presente trabajo tiene el propósito de conocer la competencia mediática en estudiantes universitarios, y su dimensión predominante. Los resultados sirvan como precedente y evidencia para contribuir de manera favorable en las decisiones de las autoridades educativas. En tal sentido, se formula la siguiente pregunta:

1.2.Pregunta del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la dimensión predominante en la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión lenguajes, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?
- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?
- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?
- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?
- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023?
- ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023

1.3.Justificación

1.3.1. Teórica

La relevancia teórica de la investigación es, sumar como evidencia en el estudio sobre las dimensiones relacionados a la competencia mediática. Campo de investigación relativamente nuevo en nuestro país, y que cada año es abordado por más investigadores.

Según Ferrés (2013) existe el consenso, en Iberoamericana, que la base de la competencia mediática es el sentido crítico. Agrega, que el objetivo principal de esta educación debe ser la comprensión y la gestión de las emociones. Señala que, debemos utilizar el pensamiento como medio y la actitud como fin. Además, frente a nuestra relación con los medios deberíamos centrarnos más en las actitudes críticas que en el pensamiento crítico.

1.3.2. Social

El interés social de la investigación es mostrar los alcances de la competencia mediática y señalar la importancia de sus dimensiones e indicadores. Es necesario aprender esta competencia, frente a la realidad actual y la gran cantidad de horas que invertimos en los diferentes medios del ecosistema mediático. En muchos casos mayor a las horas que dedicamos a la formación. Ya se advertía en 1982, en la declaración de la UNESCO en Grunwald (Alemania) la gran irrupción que presentan los medios de comunicación en las personas. En especial en aquellas que se encuentran en formación, como los infantes, niños y adolescentes. Y que cada vez se encuentran más expuesto frente a las pantallas de la televisión, en comparación al tiempo que dedican a la escuela. Está observación realizada el siglo pasado, no ha hecho más que aumentar en la actualidad, devenido a los grandes avances de las TIC y, a su fácil y rápido acceso.

1.3.3. Metodológica

Es significativo resaltar que en el aspecto metodológico la presente investigación aporta el diseño y aplicación de un nuevo cuestionario, para la recolección de datos sobre la competencia mediática. Instrumento sometido al proceso de validación.

1.3.4. Práctica

La relevancia práctica del trabajo es conocer la relevancia de los indicadores y dimensiones de la competencia mediática. Resultados que aportaran a otros investigadores e instituciones educativas. En tal sentido, nos formulamos el siguiente objetivo:

1.4.Objetivos del documento

1.4.1. Objetivo general

Determinar la dimensión predominante en la competencia mediática de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar el indicador predominante en la dimensión lenguaje, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.

- Determinar el indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.
- Determinar el indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.
- Determinar el indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.
- Determinar el indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.
- Determinar el indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.

1.5.Hipótesis y propuestas

1.5.1. Hipótesis general

La dimensión predominante en la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es tecnología.

1.5.2. Hipótesis específicas

- El indicador predominante en la dimensión lenguaje, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es analizar la connotación de cualquier plano o ángulo en una imagen.
- El indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es reconocer los riesgos tecnológicos latentes del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.)

- El indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es producir texto (impreso o visual) de forma colaborativa utilizando herramientas en línea.
- El indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es diseñar una presentación multimedia con estándares estéticos (armonía, composición, etc.)
- El indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es advertir los riesgos latentes en la red vinculados a la privacidad o la identidad digital.
- El indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación – UNMSM, 2023, es advertir conflictos que se puedan crear entre los intereses de los propietarios de un medio, los que lo financian y la información que emiten.

2. Estado del conocimiento

2.1.Avances significativos recientes respecto al tema tratado

2.1.1. Antecedentes internacionales

En el estudio de Mesquita-Romero et al. (2022) *"Alfabetización mediática crítica para mejorar la competencia del alumnado"*, se desarrolla los siguientes objetivos: a) Saber el nivel y la necesidades de instrucción en competencia mediática, b) Identificar cómo el profesorado usa los medios digitales en el aula y cómo el alumnado los usa dentro del aula y fuera de ella, c) Desarrollar, implementar y evaluar programas de capacitación sobre competencias mediáticas, y d) Para eventos futuros se identifican principios generales. La metodología utilizada fue de tipo diseño. La muestra lo conformó 366 estudiantes de entre 13 a 17 años, quienes participaron en la evaluación sobre competencias mediáticas desarrollada por Alfamed, además se realizaron grupos de discusión en los que participaron 35 alumnos, 12 docente y 9 miembros de la junta familiar. Los resultados demostrados

reflejan una mejora significativa de los alumnos en especial en 4 dimensiones, que son los siguientes: “Tecnología”, “Lenguajes”, “Producción y difusión” y “Ideología y Valores”.

Arenas-Fernández et al. (2021) en su artículo titulado *“Competencia mediática en docentes universitarios en Colombia"* plantea conocer el grado de competencia mediática de docentes. De tipo descriptivo con método cuantitativo. Se realizó la aplicación de un cuestionario, a una población de 103 docentes pertenecientes a siete instituciones diferentes y cuyo nivel es la educación superior, con un alcance en cinco regiones del país de Colombia. Los resultados alcanzados muestran que las competencias que mejor valor obtienen son: procesos de interacción, estética, ideología y valores, y finalmente lenguaje. Sin embargo, se observa vacíos recurrentes en la relación de los profesores con los medios. Lo que según el autor afecta en su desempeño como docente y en su rol activo frente a los nuevos retos del presente contexto.

En el artículo de Romero-Rodríguez et al. (2020), titulado *“Competencia mediática en la Universidad: comparativa de niveles en cuatro países iberoamericanos”* el estudio buscó conocer y comparar los grados de competencia mediática, en dos grupos que integran instituciones educativas, en los estudiantes universitarios y los profesores universidad. En cuatro países, de Iberoamérica: Venezuela, Brasil, España y Portugal. La investigación es de diseño cuantitativo-exploratoria, y conto con una población de 1676 estudiantes y 524 profesores. Los resultados indican que no existe relación entre las edades y su nivel de conocimiento a la interacción tecnológica vinculada a competencias digitales. Además, respecto a las dimensiones analizadas de competencia mediática los participantes obtuvieron una escala en promedio de medio-bajo, el autor concluye que en el ámbito universitario no se está libre de la exclusión social.

Gonzáles-Cabrera et al. (2019) en su investigación titulada *“Diferencias en el nivel de competencia mediática por tipo de sistema educativo”* El objetivo fue identificar si existe diferencias entre los tipos de sistemas educativos de la educación regular. Diferencias entre la zona urbana, rural y flexible a distancia. Comprobar si este factor afecta la competencia mediática. El estudio fue descriptivo-correlacional, y de método cuantitativo. En el estudio participaron 1375 estudiantes de diferentes zonas urbanas, rurales y a distancia. Se utilizó el cuestionario como instrumento. Los resultados mostraron que los alumnos que asistían al sistema regular en las zonas urbanas presentaban un nivel superior en competencia mediática frente a los alumnos de zonas rurales y estudiantes a distancia. Además, el estudio presentó

la existencia en diferencias significativas en dos factores: de género y en la edad de los alumnos. Finalmente, los autores señalan la importancia de plantear mejoras en las políticas públicas que brinden educación, capacitación y acceso en las nuevas tecnologías.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En la tesis de maestría de Vite (2022) titulado "*Percepción de la competencia mediática de estudiantes y docentes de las carreras de ciencias sociales de universidades privadas de Lima Metropolitana"* El estudio tuvo como propósito saber la percepción de los estudiantes y los docentes en competencia mediática. sobre dos dimensiones: lenguajes y tecnología. En la carrera universitaria de ciencias sociales de Lima-Perú, y comprendía a tres universidades del sector privado. El tipo de investigación fue descriptiva y el método usado fue cualitativa. Para la muestra de la investigación participaron 11 estudiantes y 7 docentes de la carrera señalada en el objetivo. La técnica utilizada fue el Focus Group. La investigación concluye resaltando los cambios observados durante la pandemia de Covid-19, en el uso de la tecnología como principal fuente de interacción y comunicación, y en el uso del lenguaje empleado en los medios audiovisuales.

En el estudio de Peñalver-Higuera (2021) *"La competencia mediática en gerentes de educación universitaria"* La investigación fue descriptiva y el propósito del estudio fue conocer el grado de competencia mediática en un grupo administrativo específico, gerentes, de educación universitaria en nuestro país. Los participantes estaban conformados por 46 gerentes educativos del departamento de La Libertad del Perú. La obtención de los datos fue por medio de la encuesta online, en base a un cuestionario de 27 preguntas, de escala Likert. La investigación concluye que la competencia mediática debe generar personas reflexivas y críticas en termino efectivo de uso de los medios.

González-Miñan et al. (2020) *"La autopercepción de competencia mediática y su relación con las variables sociodemográficas del profesorado de educación básica"* el propósito fue conocer si las variables sociales y demográficas guardan alguna relación con la competencia mediática. La investigación fue de tipo descriptivo-correlacional y de método cuantitativo. La muestra, la conformaron 78 profesores de 3 instituciones educativas de Lima Metropolitana. El instrumento fue el cuestionario. La investigación concluye que mayor autopercepción de competencias mediática la obtuvieron las mujeres, los casados, lo que enseñan en primaria y los contratados.

En la tesis doctoral de Mateus (2019) titulada *"Educación mediática en la formación docente en el Perú"* El objetivo de la tesis fue examinar el estado de la educación mediática. El estudio se realizó en universidades e instituciones privadas encargado de la formación de docentes. El método utilizado fue mixto. En el estudio participaron 14 autoridades del país del sector de educación y 501 estudiantes. Los datos se recopilaron mediante los siguientes instrumentos: el análisis documental, las entrevistas, los cuestionarios y el focus group. Se concluye que la educación mediática entre la población analizada se encuentra en una fase inicial. Predomina el conocimiento de la técnica, por encima de la importancia que desempeñan los medios en nuestra sociedad. El autor propone a las autoridades dar un enfoque a los planes de estudio en educación mediática. Respecto a la formación de los profesores, expone que no debería ser una competencia exclusiva de los especialistas del área de comunicación, sino, una competencia transversal (arte, matemáticas, entre otras).

2.1.3. Enfoque teórico

2.1.3.1. Socio constructivismo

La corriente teórica del socio constructivismo señala que, el aprendizaje es un proceso estrechamente relacionado con la sociedad. Para Lev Vygotsky (citado por Valdez, 2019), esta teoría expone que somos seres sociales y comunicativos en todo nuestro proceso de desarrollo. Por ello, el ser humano tiene a la sociedad como el punto más importante en el aprendizaje.

En el socio constructivismos la realidad se construye socialmente, y el aprendizaje es de tipo colaborativo. Según Valdez (2019) es una teoría fundamental en los entornos colaborativos que se encuentran albergados en las TIC, y señaló tres razones: 1) la interacción con la comunidad cobra mucha relevancia; 2) El papel del profesor debe favorecer la interacción y solución de problemas, acompañando al alumno en el proceso; y 3) La creación de comunidades con fines comunes como el intercambio de información, compartir recursos y redacción de documentos entre varias personas.

2.1.3.2. Conectivismo

Para Siemens (2004, citado por Campos, 2012) El conectivismo es definido como una teoría de aprendizaje propia, en nuestra actual era digital. Que busca crear valor económico mediante la creación de conocimiento. Se ha dado el paso, de la era industrial a

la revolución de las TIC, lo que ha transformado nuestra sociedad, incluida los procesos de aprendizaje.

Según Campos (2012), el conectivismo emerge como una nueva teoría de aprendizaje. Y como señala Siemens, es una teoría que ha de contextualizarse en la era digital. La influencia de las tecnologías es la principal caracteriza del actual contexto en el campo de la educación.

2.1.4. Concepto de variable: competencia mediática

La competencia mediática es, para Ferrés y Piscitelli (2012) los conocimientos, las habilidades y las actitudes relacionadas a seis dimensiones sobre el dominio de los medios: 1) lenguajes; 2) tecnología; 3) procesos de producción y difusión; 4) procesos de interacción; 5) ideología y valores; y 6) estética. Se señala que, toda persona que desarrolle esta competencia lo hace cuando interactúa con personas a través y con los medios de comunicación. Siendo capaz, de producir sus propios mensajes, y acercándose de forma crítica a los mensajes producidos por otras personas.

Según Kacinova y Sábala (2022) la convergencia de tecnologías de medios analógicos y digitales caracteriza el entorno actual competitivo de los medios. Donde la competencia mediática es clave, al permitir a las personas desenvolverse de forma eficaz en la dinámica social de la información y los acontecimientos cotidianos de los medios y de la información. Así mismo, competencia mediática para Romero-Rodríguez et al. (2020) es el conjunto de habilidades, actitudes, destrezas y talentos que permiten el consumo y producción de la información, tanto crítica, como proactiva. Donde, existe una variedad de medios de comunicación, llamado ecosistema comunicacional, basado en redes, y que se encuentra sobre actuado (fingido) y con gran contenido de distracción y desinformación.

En su tesis doctoral, Mateus (2019) definió la competencia mediática como la suma de capacidades. Estas capacidades nos permiten interactuar de forma crítica y creativamente con los diferentes medios. En la tesis que señalamos, así como en otra publicación, Mateus et al. (2019) realizó el planteamiento y validación de un instrumento, sobre la autopercepción de la competencia mediática. Aplicada a estudiantes de educación de instituciones privadas en el Perú. Este instrumento tiene como base las dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli, presentando un cuestionario de treinta ítems. En base a este cuestionario desarrollamos nuestra propuesta de instrumento de la investigación:

Dimensión 1. Lenguajes

Respecto a esta dimensión, Mateus et al. (2019) lo definió como el conocimiento y la capacidad de analizar los códigos del mensaje. Podemos utilizarlo para, analizar los mensajes escritos y audiovisuales, dándole sentido y significado a la su estructura narrativa, como a sus categorías y géneros. En una similar definición, según Arenas-Fernández et al. (2021) esta dimensión es el conocimiento de códigos que nos brindan la posibilidad de comunicación, así como la capacidad de utilizarlos, en los mensajes y estructuras narrativas.

Tabla 1.

Definición de los indicadores de la dimensión de lenguajes.

Indicadores	Definición
Analizar la **connotación** de cualquier plano o ángulo en una **imagen**.	Para Rodríguez (2008) dada la verbalidad de la imagen, las connotaciones de está son las mismas al lenguaje, y señala tres connotaciones: perceptiva, cognitiva e ideológica.
Utilizar **materiales didácticos** procedentes de los medios explotando sus **propios códigos**.	Según señala Manrique et al. (2013), los materiales didácticos son herramientas que los docentes usan con el fin de favorecer los aprendizajes significativos. El código debemos entenderlo como un conjunto de signos y reglas.
Elaborar una **rúbrica** para evaluar un producto mediático hecho por los alumnos (ej. Un blog o un vídeo).	Para Gatica-Lara et al. (2013), las rubricas sirven como pautas para evaluar desempeños y aprendizajes de los estudiantes. Se presentan en forma de tablas, dividas en niveles de desempeño y tiene criterios específicos para un determinado aspecto del desempeño.
Producir un video a partir de otros videos.	Según la página web del IPP (2021) producir un video consiste en contar una historia. Parte de la narrativa audiovisual es el uso de los recursos audiovisuales para conectar con la audiencia a través de emociones, sentimientos y sensaciones.
Distinguir la información de la opinión en una **noticia periodística**.	La información y la opinión son dos géneros periodísticos. En teoría, el género de la información brinda datos concretos. Y el género de opinión plasma un punto de vista de un acontecimiento. Equipo editorial, Etecé (2016).

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Dimensión 2. Tecnología

Respecto a esta dimensión, Mateus et al. (2019) lo definió como el conocimiento y la capacidad para el uso de herramientas, que posibilitan la comunicación escrita y audiovisual, y la comprensión de cómo se producen estos mensajes. Además, destacó la importancia actual que desempeñan las TIC en nuestra sociedad. Según Arenas-Fernández et al. (2021) es el conocimiento sobre las funciones de las herramientas de comunicación, y la capacidad para utilizarlas.

Tabla 2.

Definición de los indicadores de la dimensión de tecnología.

Indicadores	Definición
Explicar los **efectos de los medios** en las personas a partir de evidencia científica.	En su página web PsicoTools (2020) señalo seis aspectos en la irrupción de las TIC y como ha transformado la sociedad. 1) Experiencia de vivir en la Aldea Global; 2) Aparición del teletrabajo; 3) La fiebre de las redes sociales; 4) Surge el síndrome FOMO; 5) Aparición de nuevas adicciones; y 6) Ciber militancia.
Reconocer **riesgos tecnológicos latentes** del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.)	El Gobierno de Canarias, en su página web, indicó que las funcionalidades de Internet (las páginas web, correo electrónico, chats, comercio electrónico, entre otros) nos aportan importantes beneficios. Sin embargo, aumenta nuestra exposición a una variedad de riesgos que tienen relación con la información, la comunicación, las actividades económicas y las adicciones. (Pere-Maqués 1999-2015)
Producir una plataforma web con distintos tipos de texto (audiovisuales, hipertextuales, etc.)	Para Olvera (2021) Las plataformas virtuales facilitan la gestión de cursos por medio del internet. Utilizados por profesores, alumnos y demás participantes. Estas plataformas en la web contienen materiales, como: herramientas de envío y almacenamiento de datos; videos didácticos; servicio de documentos; trabajos y exámenes. Desarrollados por los propios profesores y sus alumnos.

Resolver sin ayuda de terceros los **problemas técnicos** de los medios que utilizo.	En su página web GCFAprendeLibre (2018) los dispositivos tecnológicos están compuestos de dos partes: el hardware y el software. El Hardware es el componente físico del el equipo y el software son las aplicaciones o programas, que hacen posible el funcionamiento del equipo. Es necesario saber el funcionamiento básico de los equipos para comprender y resolver problemas que se presenten.
Aprovechar diversas **tecnologías** de acuerdo con mis **objetivos didácticos**.	El uso de las TIC es muy variado, a nivel de la educación superior. En especial, en el desarrollo de los objetivos didácticos. La mayoría de estas herramientas sirve a los docentes en sus labores, como soporte de: enseñanza, almacenamiento de datos y gestión e implementación de cursos. (Garcés 2021)

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Dimensión 3. Proceso de interacción

Respecto a esta dimensión, Mateus et al. (2019) lo definió como la capacidad de evaluar, seleccionar y escudriñar nuestro propio consumo mediática. Capacidad para evaluar críticamente los elementos relacionados con el intercambio de mensajes. Según Arenas-Fernández et al. (2021) también es la capacidad que nos permite el uso de los medios y valorar los elementos que intervienen, de forma crítica.

Tabla 3.

Definición de los indicadores de la dimensión del proceso de interacción.

Indicadores	Definición
Explicar por qué **consumo ciertos contenidos mediáticos**, aunque sepa que no me educan.	Para Serna (2018) el consumo online se enmarca en el actual ecosistema mediático, que caracteriza y repercute en la dimensión afectiva de las personas, y son: 1) la sobreabundancia de información; 2) la velocidad con que se dan las interacciones; 3) la emergencia de la atención; 4) la multiplicidad de pantallas; y 5) la socialización del consumo.

Explicar el **modelo de negocio** de un **medio** de comunicación.	Según la página web de Concortv (2022) la televisión es el medio más consumido a nivel nacional, seguido por un crecimiento constante de la Internet. Para Rodríguez & Favaretto (2017) la relación del modelo de negocio en los medios es la publicidad. Además, respecto a la prensa, es la venta de ejemplares y en el caso de la televisión, es la venta de espacios y comercialización de productos. Podemos observar la importancia de la publicidad, el rating o "las vistas" en el modelo de negocio.
Encontrar de manera **eficiente la información** que requiero en Internet.	La eficiencia de encontrar información en internet se encuentra entre la relación al nivel del objetivo logrado y el uso adecuado de los recursos disponibles. Moncada-Hernández (2014) señaló los usos más adecuados: 1) Plantear preguntas o problemas de forma eficaz; 2) Evaluar los recursos de información; 3) Identificar el tipo de fuente relevante; 4) Construir una búsqueda experta; 5) Evaluar y analizar los resultados; 6) Evaluar críticamente el contenido obtenido; y 7) Gestionar el uso de la información.
Producir texto (impreso o visual) de forma **colaborativa** utilizando herramientas en línea.	Lu et. al (2010, citado por Hernández, 2021) definió la tecnología colaborativa en dos tipologías: 1) Las herramientas de visualización, que permite la construcción de representaciones visuales; y 2) Las herramientas de argumentación, que permiten el intercambio de argumentos, comentarios, debates y discusiones.
Presentar una queja formal por algún **contenido mediático que considere ofensivo** ante las instancias correspondientes.	Según Aguerri y Miro-Linares. (2023) existen mecanismos de acuerdo con el medio para realizar una queja formal. Estas quejas están justificadas si los medios basan sus noticias en desinformación, el autor define la desinformación como, parte de la mentira, y la falsedad que construye muchas veces los discursos de odio, la difusión de estereotipos y epítetos peyorativos.

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Dimensión 4. Estética

Sobre esta dimensión, Mateus et al. (2019) lo definió como la capacidad que permite analizar y valorar los mensajes emitidos en los productos audiovisuales, visto, desde la perspectiva personal y en base al nivel de educación que contamos en el sentido estético. Donde, se valora la innovación formal y la temática. Para Arenas-Fernández et al. (2021) esta dimensión, incluye la capacidad personal en analizar y valorar la relación de los mensajes con otras formas de expresión.

Tabla 4.

Definición de los indicadores de la dimensión de estética.

Indicadores	Definición
Reconocer una **producción audiovisual formalmente deficiente** (por la calidad de imagen, sonido o montaje).	Del Valle (2005) indicó que, para evaluar la calidad debemos conocer las funciones y los componentes de un producto audiovisual. Según la página web de PROCINE (2020) las áreas y responsabilidades en una producción audiovisual son: 1) producción (provee todas las necesidades del trabajo); 2) Dirección (Da coherencia al relato); 3) Fotografía (Estética visual: encuadres e iluminación); 4) arte (Ambienta los espacios para la acción); 5) vestuario y maquillaje (Contextualiza a los personajes); 6) sonido (Registra el audio, lo edita y mezcla al finalizar la producción; y 7) edición (Da ritmo, coherencia y sentido a la producción).
Diseñar una **presentación multimedia** con **estándares estéticos** (armonía, composición, etc.)	En el blog Visme, Velarde (2022) se brinda un guía para realizar presentaciones multimedia visualmente atractivas, y que sean funcionales. En la armonía se busca ser elegante, única y directo. La composición, para ser atractiva debe estar fuera de lo común, y debe acompañar a los elementos que estén relación con el tema.
Identificar **encuadres incorrectos** en una **fotografía**.	Para Gutiérrez (2016) el encuadre cumple un papel determinante en la fotografía. El encuadre le da significado a la imagen, le dota de los elementos que la componen. Según el blog DeCamara (2006) el encuadre incorrecto es cortar la cabeza o los pies de una persona en la fotografía.

Reconocer **influencias mutuas** entre producciones culturales y otras **manifestaciones artísticas**.	Según Ramírez (2019) las de manifestaciones artísticas son todo aquello perteneciente al arte, que se crea para mostrar el sentir a la sociedad. Son creaciones sublimes vistas desde las perspectivas del espectador. Estas manifestaciones artísticas se dividen: 1) Literarias (Drama, poesías y narraciones); 2) Musicales (Canto, composición, otras); 3) Corporales (Cine, teatro, danza); y 4) Artes plásticas (Dibujo, pintura, escultura).
Producir determinadas emociones a partir de la **elaboración de un contenido.**	Para Cossini et al. (2017) existen dos posturas sobre cuáles podemos definir las emociones básicas: 1) La clásica (alegría, tristeza, enojo, miedo, asco y sorpresa); y 2) la postura actual (donde se señalan otros en base a la combinación de las emociones básicas clásicas). En la elaboración de un contenido podemos buscar producir una de las emociones señalada anteriormente.

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Dimensión 5. Ideología y valores

Respecto a esta dimensión, Mateus et al. (2019) lo definió como la capacidad de leer, analizar y mostrar una actitud crítica ante los mensajes mediáticos, y sus representaciones de la realidad. En una definición similar sobre esta capacidad de comprensión y análisis crítico Arenas-Fernández et al. (2021) indicó que, los mensajes expresan intereses, contradicciones y valores de la sociedad.

Tabla 5.

Definición de los indicadores de la dimensión de ideología y valores.

Indicadores	Definición
Explicar **aspectos legales básicos vigentes** en mi país relacionados con los medios.	El Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú, conocido como Concortv, adjunta en su página web la Ley 28248 – Ley de Radio y Televisión. En su Artículo I señala los principios lo rigen, los cuales son: la libre competencia entre los medios, la libertad de acceso del usuario, El principio de transparencia, El uso eficiente del espectro por parte de los medios y la garantía de la neutralidad tecnológica.

Advertir **riesgos latentes en la red** vinculados a la privacidad o la **identidad digital**.	Para Martínez & Rincón (2021) la identidad digital se construye de forma activa. Es entendida como los rasgos que caracterizan a una persona frente a los demás, mediante su participación en la red. Además, los autores señalan que debemos tener presente los problemas latentes que generan una gestión no adecuada de la identidad digital. Los riesgos que se destacan son los siguientes: 1) Visibilidad; 2) Privacidad; 3) Reputación; y 4) Suplantación de identidad.
Reconocer los procesos de identificación emocional con personaje o historietas y sus efectos.	Según Igartua (2008) las personas se identifican con los personajes por un mecanismo a través del cual ellos experimentan e interpretan una narración desde dentro. Como si les estuviera ocurriendo los acontecimientos relatados. Estos procesos de identificación son: 1) Empatía emocional; 2) Empatía cognitiva; 3) Absorción en el relato; y 4) La atracción personal hacia los personajes.
Contrastar la **fiabilidad de la información** que obtengo en medios digitales	Según Silva et al. (2022) la fiabilidad en el contenido de la información es un estándar sobre su calidad en los medios digitales, y fortalece los productos de noticias. En su página web Vuela de la Junta de Andalucía (2023) se brinda consejos para identificar las noticias falsas online: analizar el titular, revisar la fecha de publicación, verificar imágenes y videos, buscar errores ortográficos y gramaticales, analizar el tono, considerar el contexto y comprobar la autoría.
Advertir estereotipos en una **publicidad** y explicar sus efectos a partir de evidencia científica.	Sobre los estereotipos en la publicidad, Panero & Leris (2002) elaboraron una unidad didáctica para los estudiantes de secundaria. En el mismo documento, Gestoso (es citado por Pérez 2000) quien expone que no hay estereotipo que sea neutro, ya que cuenta con carga emotiva. Y representa la visión de cada grupo social tiene del mundo. Los estereotipos alteran la percepción de la realidad y sus contenidos la remplazan. Los estereotipos afianzan roles, puede presentarse como violencia y afectan la autoestima de las personas.

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Dimensión 6. Producción y difusión

Sobre esta dimensión, Mateus et al. (2019lo definió como el conocimiento sobre las funciones de los agentes de producción y de las tareas que desempeñan en la fase de producción y difusión. El autor señaló que, una particularidad de esta dimensión es comprender la aptitud para crear y compartir mensajes en el entorno mediático. Según Arenas-Fernández et al. (2021) esta dimensión es el conocimiento acerca de las tareas y las funciones de producción, realizada por las personas encargadas. Además, es la capacidad propia para elaborar contenidos y el entendimiento de sus implicancias en el entorno comunicativo.

Tabla 6.

Definición de los indicadores de la dimensión de los procesos de producción y difusión.

Indicadores	Definición
Definir que es un **medio de comunicación público** y decir cuáles existen en el país.	Según la página web RTVC, del Sistema de Medios Público de Colombia (2022) los medios de comunicación pública como el medio por el cual los ciudadanos tienen acceso a información relevante, difundido a través de los medios cuya propiedad es del Estado. En el Perú, podemos señalar al Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, también conocido por sus siglas: IRTP. Y lo conforma el canal del estado y la radio. Que a su vez se encuentran divididos en varios segmentos, dependiendo del tipo de información que buscan transmitir.
Enumerar al menos ocho **cargos responsables de elaborar una película**.	TRNGL (2019) en su canal de YouTube enumeró el cargo y equipo humano que realizan una producción cinematográfica, y en su página web los divide en dos grupos: 1) El equipo técnico, conformado por: el guionista, el músico, equipo de producción: el productor, director de producción, otros; 2) El equipo artístico, conformado por: artistas, especialistas, maestro de armas y los dobladores.

Advertir **conflictos** que se puedan crear entre los **intereses de los propietarios de un medio**, los que lo financian y la información que emiten.	Según la página web de Arainfo, Aller (2022) los medios publican noticias pensando en los beneficios que puedan obtener. Es necesario reconocer los intereses que mueve la "libertad de prensa". La secretaria de función pública de México (2017) ha publicado una guía para identificar y prevenir conductas sobre conflictos de interés, en especial en el sector público, y que de acuerdo con la OCDE se puede distinguir en tres tipos, de conflictos: 1) Conflicto de interés real; 2) Conflicto de interés aparente; y 3) Conflicto de interés potencial.
Elaborar un guion audiovisual con estándares técnicos.	La Universidad de los Andes de Colombia, en la página web, presento una guía detallada para elaborar guiones audiovisuales, su autora, Riaño, señala los pasos a seguir en la elaboración de un guion. El guion puede ser original o una adaptación del teatro, cuento, etc. Y debe ser flexible y modificable.
Diseñar un Entorno Personal de Aprendizaje (PLE) eficiente y confiable.	Para Tejada et al. (2017) el Entorno Personal de Aprendizaje (PLE) nos permite tomar consciencia del cómo aprendemos, de qué personas lo hacemos, los procederes que implementamos y los instrumentos de los que nos valemos. Y según Castañeda (2013 citado por Jiménez-Becerra et al., 2018) es el alumno quien fija sus objetivos de aprendizaje. Los componentes de del (PLE) son: 1) búsqueda y selección de información; 2) Producción y creación; y 3) Compartir y relacionarse.

Nota. Adaptado del instrumento de Autopercepción sobre Competencia Mediática desarrollado por Mateus et al. (2019).

Tabla 7.

Cuadro de operacionalización de la variable competencia mediática.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Nivel y Rango
Sobre los **LENGUAJES**.	Analizar la connotación de cualquier plano o ángulo en una imagen.	1. Analizar el centro o foco principal de una imagen. 2. Analizar a quien se dirige una imagen, según su grado de conocimiento. 3. Analizar los valores e ideales considerados en la imagen.	Muy en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indeciso (3), De acuerdo (4), Muy de acuerdo (5)	Se establece según baremos de la investigación.
	Utilizar materiales didácticos procedentes de los medios explotando sus propios códigos	4. Utilizar los materiales impresos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas. 5. Utilizar materiales gráficos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas. 6. Utilizar materiales sonoros o auditivos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas. 7. Utilizar materiales audiovisuales como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.		
	Elaborar una rúbrica para evaluar un producto mediático hecho por los alumnos (ej. Un blog o un vídeo)	8. Elaborar una rubrica global (compresión o dominio global) de un video o blog hecho por alumnos. 9. Elaborar una rubrica analítica (desempeño, identificar fortalezas o debilidades) de un video o blog hecho por alumnos.		
	Producir un video a partir de otros videos.	10. Producir un video con edición básica 11. Producir un video con elementos básicos de narración audiovisual.		
	Distinguir la información de la opinión en una noticia periodística.	12. Reconocer cuando un medio informa una noticia, sin emitir juicio de valor y brinda datos concretos. 13. Reconocer cuando un medio de comunicación transmite opinión, donde se plasma un punto de vista.		
Sobre la **TECNOLOGÍA**.	Explicar los efectos de los medios en las personas a partir de evidencia científica.	14. Explicar los efectos de vivir en la Aldea Global. 15. Explicar los efectos del teletrabajo. 16. Explicar los efectos de la fiebre de las redes sociales 17. Explicar los efectos de las adicciones que genera el uso excesivo de las TICs. 18. Explicar los efectos de la ciber militancia.		

	Reconocer riesgos tecnológicos latentes del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.)	19. Reconocer los riesgos con la información, por ejemplo, información falsa o peligrosa, como información ilícita, entre otros. 20. Reconocer los riesgos con la comunicación, por ejemplo, mensajes fraudulentos, ofensivos, spam, entre otros). 21. Reconocer los riesgos con actividades económicas, por ejemplo, las estafas en compras o por publicidad falsa, el robo, entre otros). 22. Reconocer los riesgos con las adicciones, por ejemplo, el juego compulsivo, frecuentar en exceso las redes sociales, entre otros).
	Producir una plataforma web con distintos tipos de texto (audiovisuales, hipertextuales, etc.)	23. Producir una plataforma web educativa con videos didácticos y material multimedia. 24. Producir una plataforma web educativa con documentos y enlaces a documentos en la web.
	Resolver sin ayuda de terceros los problemas técnicos de los medios que utilizo.	25. Resolver problemas técnicos básico del hardware de los medios que utilizo. 26. Resolver problemas técnicos básicos del software de los medios que utilizo. 27. Resolver problemas técnicos utilizando los medios como búsqueda de solución, en páginas web o YouTube.
	Aprovechar diversas tecnologías de acuerdo con mis objetivos didácticos.	28. Aprovechar las tecnologías en el proceso de aprendizaje – enseñanza. 29. Aprovechar la tecnología de almacenamientos de datos en mis objetivos didácticos. 30. Aprovechar la tecnología en la gestión e implementación de cursos.
Sobre los **PROCESOS DE INTERACCIÓN**.	Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos, aunque sepa que no me educan.	31. Explicar por qué consumo contenido mediático que me permite relacionarme con otras personas. 32. Explicar por qué consumo contenido mediático que me permite estar informado. 33. Explicar por qué consumo contenido mediático que me entretienen. 34. Explicar por qué consumo contenido mediático para hacer hora o pasar el tiempo.
	Explicar el modelo de negocio de un medio de comunicación.	35. Explicar un particular modelo de negocio de la televisión (canal de televisión). 36. Explicar un particular modelo de negocio en YouTube (de los creadores de contenido).
	Encontrar de manera eficiente la información que requiero en Internet.	37. Organizar ideas y conocimientos previos para luego encontrar información que requiero en la web. 38. Identificar de forma general la fuente de información y que esta sea pertinente. 39. Realizar una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda.

		40. Valorar el contenido de información obtenido en la red. Si no son pertinentes realizo nuevas estrategias de búsqueda. 41. Usar herramientas de apoyo (citas, contenidos y actualizaciones) para gestionar la información obtenida.
	Producir texto (impreso o visual) de forma colaborativa utilizando herramientas en línea.	42. Producir representaciones visuales en colaboración por medio del internet, utilizando las herramientas de dicho entorno. 43. Producir texto en línea de forma colaborativa utilizando notas, fichas, comentarios vinculados entre otros.
	Presentar una queja formal por algún contenido mediático que considere ofensivo ante las instancias correspondientes.	44. Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, frente a algún contenido mediático ofensivo 45. Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, por difusión de información falsa en un medio.
Sobre la **ESTÉTICA**.	Reconocer una producción audiovisual formalmente deficiente (por la calidad de imagen, sonido o montaje).	46. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad de la imagen. 47. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del sonido. 48. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del montaje (secuencia de la historia).
	Diseñar una presentación multimedia con estándares estéticos (armonía, composición, etc.)	49. Diseñar una presentación multimedia que presente armonía de color y relación con el tema a presentar. 50. Diseñar una presentación multimedia usando plantillas por su composición y en relación con el tema a presentar.
	Identificar encuadres incorrectos en una fotografía.	51. Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma horizontal (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica). 52. Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma vertical (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).
	Reconocer influencias mutuas entre producciones culturales y otras manifestaciones artísticas.	53. Reconocer las influencias mutuas entre la literatura y las producciones culturales. 54. Reconocer las influencias mutuas entre la música y las producciones culturales. 55. Reconocer las influencias mutuas entre las artes corporales (danza, teatro) y las producciones culturales. 56. Reconocer las influencias de las artes plásticas y las producciones culturales.

	Producir determinadas emociones a partir de la elaboración de un contenido.	57. Elaborar contenido para producir alegría en mi audiencia. 58. Elaborar contenido para producir sorpresa en mi audiencia.
Sobre la **IDEOLOGÍA Y VALORES**.	Explicar aspectos legales básicos vigentes en mi país relacionados con los medios.	59. Explicar aspectos legales básicos sobre la libre competencia de los medios en el Perú. 60. Explicar aspectos legales básicos sobre la libertad en el acceso a los medios en el Perú 61. Explicar aspectos legales básicos sobre principio de transparencia de los medios en el Perú. 62. Explicar aspectos legales básicos sobre uso eficiente del espectro de los medios en el Perú. 63. Explicar aspectos legales básico sobre la neutralidad tecnológica, la no condición del uso de una determinada tecnología, de los medios en el Perú.
	Advertir riesgos latentes en la red vinculados a la privacidad o la identidad digital.	64. Advertir el riesgo latente de la visibilidad de las actividades que realizo en la red. 65. Advertir el riesgo latente de mi privacidad relacionada al robo, amenazas o utilización de información sin mi consentimiento en la red. 66. Advertir el riesgo latente de mi reputación en la red. 67. Advertir el riesgo latente que existe en la suplantación de identidad en la red.
	Reconocer los procesos de identificación emocional con personaje o historietas y sus efectos.	68. Reconocer mi capacidad de sentir las emociones que me trasmite los personajes o las historietas. 69. Reconocer mi capacidad de adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar del personaje o las historietas y sus efectos. 70. Reconocer la sensación de volverme uno de los personajes y parte de la historia. 71. Reconocer mi vinculación con los personajes y el deseo de ser como ellos.
	Contrastar la fiabilidad de la información que obtengo en medios digitales	72. Comprobar la credibilidad de la información en medios digitales verificando la fuente. 73. Comprobar la credibilidad de la información en medios digitales revisando la fecha de su publicación y/o actualizaciones. 74. Comprobar la credibilidad de la información en medios digitales verificando las fotos y videos publicados. 75. Comprobar la credibilidad de la información en medios digitales revisando la expresión, el tono de la información y la ortografía.
	Advertir estereotipos en una publicidad y explicar sus	76. Advertir la influencia de los estereotipos de una publicidad en afianzar roles establecidos. 77. Advertir los estereotipos en una publicidad en normalizar la violencia a determinadas personas.

	efectos a partir de evidencia científica.	78. Advertir como puede afectar en la autoestima los estereotipos referidos en una publicidad.
Sobre la **PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN**.	Definir que es un medio de comunicación público y decir cuáles existen en el país.	79. Definir qué es un medio de comunicación público. 80. Enumerar qué medios de comunicación público que podemos encontrar en el país.
	Enumerar al menos ocho cargos responsables de elaborar una película.	81. Enumerar seis cargos del equipo técnico encargado de realizar una película. 82. Enumerar dos cargos del equipo artístico encargo de realizar una película.
	Advertir conflictos que se puedan crear entre los intereses de los propietarios de un medio, los que lo financian y la información que emiten.	83. Advertir el conflicto entre los intereses privados y el deber público en la información que emiten los medios. 84. Advertir el conflicto donde existe la sospecha de un interés particular en la información que emiten los medios. 85. Advertir el conflicto que puede originarse por los intereses de los que financian el medio, y la emisión del tipo de información.
	Elaborar un guion audiovisual con estándares técnicos.	86. Elaborar un storyboard básico. 87. Elaborar un guion audiovisual (ordenados en escena, dialogo, música y tiempo).
	Diseñar un Entorno Personal de Aprendizaje (PLE) eficiente y confiable.	88. Buscar y seleccionar información para diseñar un PLE. 89. Crear y producir información para un PLE. 90. Compartir y relacionarme en un PLE.

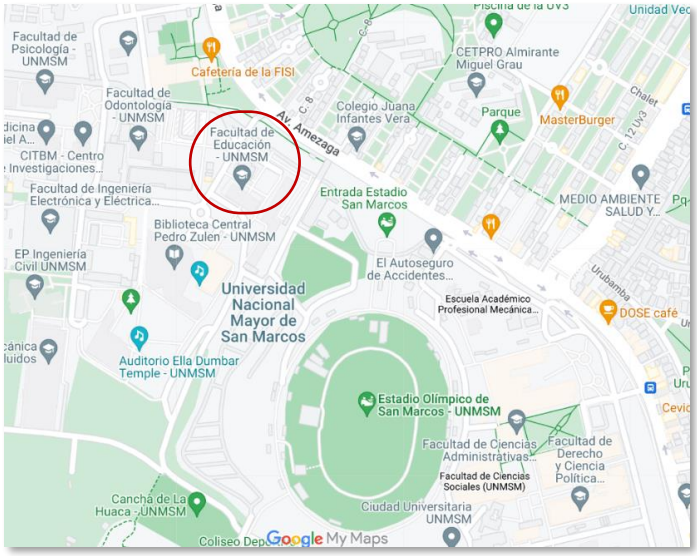
3. Método

3.1. Descripción general del entorno

La investigación se realizó en la Facultad de Educación, ciudad universitaria de la UNMSM. Dirección: Av. Carlos Germán Amezaga #375-Cercado de Lima.

Figura 1.

Mapa de ubicación de la Facultad de Educación.



Nota: extraído de Google Maps.

3.2. Procedimientos o protocolos

El procedimiento de la aplicación del instrumento de investigación fue coordinado con la Dirección de la Escuela Profesional de Educación de la UNMSM. Aprobado el permiso, se procedió en la coordinación con los profesores para la aplicación del cuestionario. Debido al contexto de cierre anticipado de la universidad, el mes de Julio-2023, se procedió a esperar un tiempo para iniciar la aplicación del instrumento a los alumnos del segundo año de la especialidad de Secundaria, que representan la población de estudio. Se solicito a los profesores de las especialidades de secundaria brindarnos 30 minutos de su clase para aplicar el cuestionario.

Es importante resaltar el gran apoyo que nos brindaron los profesores y las autoridades, en los espacios requeridos y en los alcances realizados al explicar a los alumnos la importancia y seriedad del presente trabajo.

3.3. Población de estudio y elección de la muestra o muestra poblacional

Los estudiantes de la Facultad de Educación, UNMSM-2023, del segundo año de la especialidad de Secundaria son la población participante, en nuestra investigación. Para determinar la muestra, nos basaremos en el número de ingresantes del periodo 2022. Que, en el año 2023 cursan el segundo año de la carrera, en el periodo académico 2023-2. La Jefatura de la Unidad de Estadística e Informática de la UNMSM señala que los ingresantes del periodo 2022 fueron:

Tabla 8.

Número de estudiantes ingresantes en la Escuela Profesional de Educación, de la especialidad de Secundaria – 2022.

Especialidad de Secundaria	Cantidad
Matemática y Física	35
Historia y Geografía	59
Biología y Química	18
Inglés y Castellano	32
Filosofía, Tutoría y Ciencias Sociales	10
Lenguaje, Literatura y Comunicación	41
Total	195

Fuente: Sistema Único de Matrícula -SUM.

Nuestra población es de 195 estudiantes. La muestra es definida por Hernández et al. (2014) como la representación de un subconjunto que tiene características o es un reflejo fiel del conjunto de la población. Realizando el cálculo obtenemos:

Tabla 9.

Cálculo del tamaño de la muestra.

Total	Nivel de Confianza	Margen de error	Tamaño de la muestra
195	95%	5%	131

La muestra de la investigación estuvo constituida por 131 estudiantes, representan un tamaño muestral del 95% de confianza, con un error máximo de 5% como unidad de análisis. El muestreo utilizado es el no probabilístico y por cuotas, según Hernández et al. (2014) este tipo de muestreo no depende de la probabilidad en la elección de los elementos, sino a

criterio y decisión del investigador, y se realiza de acuerdo con la proporción demográfica. La distribución por especialidad de los estudiantes que participaron fue la siguiente:

Tabla 10.

Número de estudiantes del segundo año 2023-2 de la especialidad de Secundaria que participaron en la investigación.

Especialidad de Secundaria	Cantidad
Matemática y Física	25
Historia y Geografía	37
Biología y Química	12
Inglés y Castellano	20
Filosofía, Tutoría y Ciencias Sociales	7
Lenguaje, Literatura y Comunicación	30
Total	131

3.4. Diseño de los experimentos

El paradigma de la investigación es positivista. Según Colina (2022), este paradigma se centra en la objetividad, considera la realidad única, y puede ser verificada de forma empírica. Para Miranda & Ortiz (2020) en este paradigma es posible llegar a verdades absolutas, si el investigar aborda los problemas estableciendo una distancia significativa con el objeto de estudio. En este paradigma, se parte del desarrollo de una perspectiva de conocimiento, desde el enfoque situacional a lo generalizable, estableciéndose un método hipotético-deductivo. Martínez (2013, citado por Miranda & Ortiz, 2020) reflexiono sobre el desarrollo de este método en la lógica positivista, e indico sus tres momentos: 1) La formulación hipotética del problema en base a la construcción del objeto de estudio; 2) El diseño metodológico que incluye la elección de la técnica e instrumento verificado de medición de los datos; y 3) La discusión y presentación del ejercicio de medición realizado, de los resultados.

3.4.1. Enfoque

El enfoque que elegimos para la investigación es el cuantitativo. Según Bonilla & Rodríguez (1997, citado por Sánchez & Murillo, 2022) este enfoque tiene como inspiración el positivismo. planteando el uso de una metodología única. Esta metodología parte de una

teoría aceptada por la comunidad científica, y que conforma la base en la que se formula la hipótesis, sobre las variables que conforman el problema de estudio.

Para Sánchez (2019) se denomina enfoque cuantitativo porque se trata de medir fenómenos, utilizando técnicas estadísticas.

Sánchez & Murillo (2022) definieron las fases que estructuran una investigación cuantitativa: 1) Entre la teoría e hipótesis se da la deducción; 2) Entre la hipótesis y recolección de datos se da la operacionalización; 3) Entre el acopio de datos y su análisis se procesan estos datos; 4) Entre el análisis y los resultados de los datos inicia la interpretación; y 5) Los resultados dan paso a la inducción.

3.4.2. Tipo de investigación

El presente trabajo fue de tipo pura, teórica o dogmática, también denominada investigación básica. Para Arias & Covinos (2021) la característica principal es la búsqueda de nuevos conocimientos que sirven como base teórica, y no tiene una finalidad práctica inmediata.

3.4.3. Diseño

La investigación corresponde a un diseño no experimental, transversal. y de subtipo de diseño descriptivo. Arias & Covinos (2021) señalaron que, en este diseño no se manipulan las variables de estudio, y los sujetos de estudio se los evalúa sin alterar su situación o contexto. Respecto a que sea de diseño transversal, los autores lo ejemplifican a tomar en un instante determinado una radiografía, y luego pasar describir los resultados de la investigación. Esto significa que el recojo de datos se da una sola vez y en un solo momento.

Los alcances de esta investigación pueden ser: exploratorios, descriptivos y correlacionales. Para Hernández et al. (2014) el subtipo de diseño descriptivo tiene como propósito aclarar las propiedades, características y perfiles del objeto de estudio que se somete a análisis. El valor de este tipo de diseño está en mostrar con precisión las dimensiones del tema u objetivo a analizar. Arias & Covinos (2021) indicaron que en el diseño descriptivo la mayoría de las investigaciones llevan una sola variable, y existe la posibilidad de predecir un suceso, en base a una teoría correcta y antecedentes que permitan vislumbrar lo que puede pasar. Solo de esta forma es posible plantear hipótesis.

3.5. Métodos de investigación

3.5.1. Técnica e instrumento

La técnica elegida para la recolección de datos en la investigación, de la variable competencia mediática, es la encuesta. A decir de Useche et al. (2019), el cuestionario es un tipo de instrumento que se estandarizada y se operacionaliza en base a los problemas que son objeto para investigar. El instrumento elegido es el cuestionario tipo Likert (Anexo 1).

Además, consiste en un conjunto de preguntas formuladas, a ser respondidas para obtener datos del problema investigado. El cuestionario puede elaborarse utilizando ítems en forma de preguntas o afirmaciones, abiertos o cerrados, sobre los datos que nos hemos propuesto recopilar.

3.5.2. Recogida de información

Los datos fueron recogidos de manera presencial, en clase.

Tabla 11.

Especialidad y fechas de aplicación del cuestionario sobre competencia mediática.

Especialidad Secundaria	Lunes	Marte	Miércoles	Jueves	Viernes
Inglés y Castellano				14/09/23	
Filosofía, Tutoría y CCSS					01/09/23
Biología y Química				31/08/23	
Lenguajes, Literatura y C.		12/09/23			
Historia, Geografía				31/08/23	
Matemática y Física				24/08/23	

3.5.3. Validez y fiabilidad

Como señalo Cortés (2017), la validez de contenido es el reflejo de dominio del objeto a medir en la investigación. Según Hernández et al (2014) es el nivel que un instrumento mide de forma efectiva a la variable.

Para Escudero & Cuervo (2008 citado por Galicia et al, 2017) el método de validez se da por medio de la opinión especializada de personas que conocen y tienen trayectoria en el tema a investigar. Estos especialistas deben ser reconocidos como expertos en la temática por su formación académica o por su experiencia laboral. Ellos nos brindaran su valoración, juicio, evidencia e información.

Tabla 12.

Validación de expertos.

N°	Validadores	Resultados
1	Dra. María Luisa Flores Urpe	Aplicable
2	Mg. Wilfredo David Cornejo Alva	Aplicable después de corregir
3	Lic. Lider Vásquez Rojas	Aplicable
	Resultado	**Aplicable**

La confiabilidad, en la medición, brinda la precisión de un estudio. Esta precisión se encuentra influenciada por los siguientes elementos: 1) El observador o persona que mide; 2) El instrumento que medición; y 3) El sujeto o variable de estudio, lo que se mide. De lo que se trata es evitar los errores aleatorios y reducir sesgo de medición. El instrumento es confiable cuando las mediciones realizadas en las mismas condiciones, pero en diferentes momentos, escenarios y poblaciones generan los mismos resultados. (Materola et al. 2018).

En nuestro caso, la confiabilidad del instrumento o cuestionario desarrollado al ser politómico fue medido por el Alfa de Cronbach, Este índice de consistencia interna oscila entre los valores de 0 y 1, cuando más cerca al valor de 1, mayor es la consistencia interna, mayor es la fiabilidad del instrumento. (Frías-Navarro 2022).

El cuestionario fue sometido a una prueba piloto, para determinar su confiabilidad. En esta prueba participaron 30 estudiantes con características similares a la muestra de estudio. Los participantes cursaban el segundo año de la especialidad de primaria, de la Facultad de Educación – UNMSM. Los resultados fueron:

Tabla 13.

Fiabilidad del instrumento.

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Competencia mediática	0,977	89

El Alfa de Cronbach del instrumento investigación es cercano a uno, lo que garantiza una alta fiabilidad y coherencia interna.

3.6. Recopilación y organización de datos

La recopilación de datos fue a través del trabajo de campo, en el aula y de manera individual. Para la organización de datos obtenidos su utilizaron los programas SPSS 25, Word y Excel.

3.7. Análisis estadístico (método de análisis de datos)

En la investigación, se estableció la confiabilidad del instrumento por medio de una prueba piloto y el Alpha de Cronbach. Luego de aplicación del cuestionario, las escalas de recolección se convertirán en niveles de interpretación utilizando el baremo. Los resultados descriptivos se presentan utilizando porcentajes, niveles y frecuencia. En base a los datos obtenidos en la investigación, se realizó la prueba de la normalidad, a través de Kolmmogrow Smirnov para determinar si se utiliza estadísticos paramétricos y no paramétricos. Finalmente, mediante el coeficiente de regresión logística se contrasto la hipótesis.

4. Resultados

4.1.Descripción

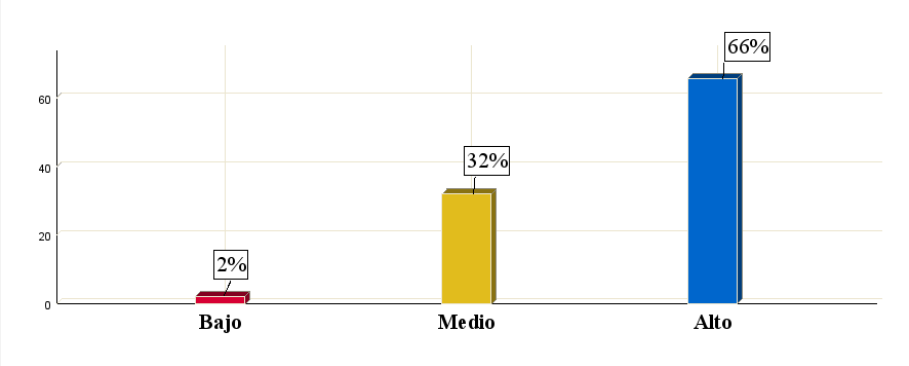
Tabla 14.

Percepción de Competencia mediática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	2%
Medio	42	32%
Alto	86	66%
Total	**131**	**100%**

Figura 2.

Percepción de Competencia mediática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 14 y la figura 2, el 66% de los participantes presenta una percepción alta en competencia mediática, mientras el 32% muestra una percepción de nivel medio, y solo 5% presenta una percepción de nivel bajo.

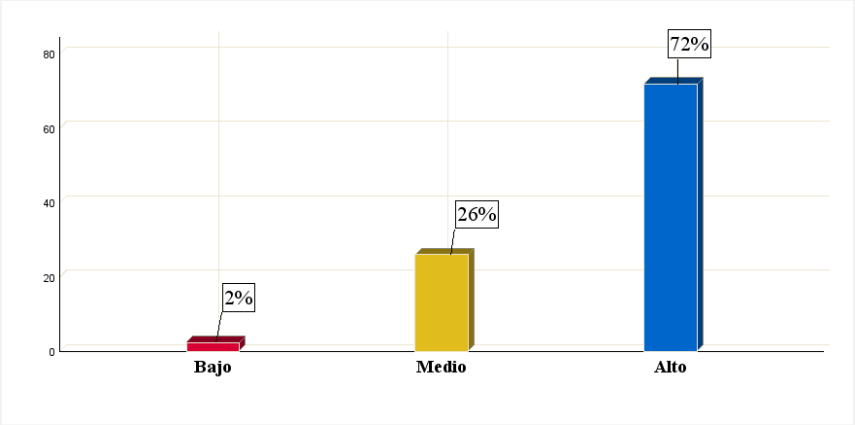
Tabla 15.

Percepción de la dimensión de los lenguajes, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	2%
Medio	34	26%
Alto	94	72%
Total	**131**	**100%**

Figura 3.

Percepción de la dimensión de los lenguajes, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en tabla 15 y la figura 3, el 72% de los participantes presenta una percepción alta en la dimensión lenguajes de la competencia mediática, mientras el 26% muestra una percepción de nivel medio, y solo 2% presenta una percepción de nivel bajo.

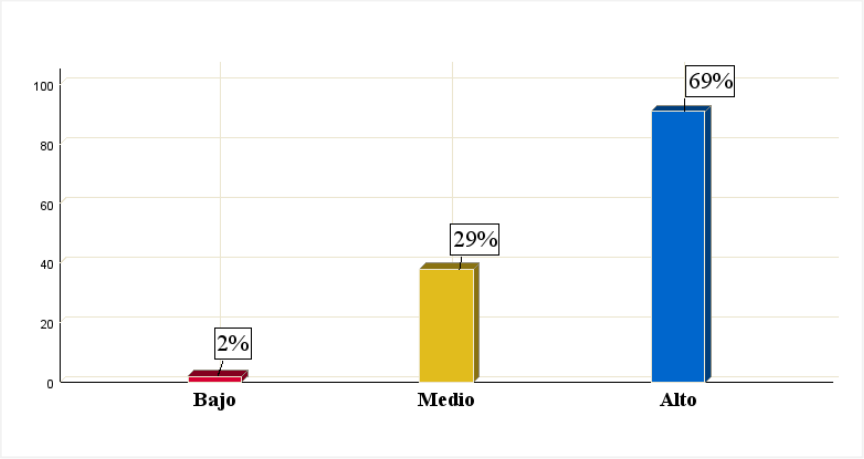
Tabla 16.

Percepción de la dimensión de tecnología, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	2%
Medio	38	29%
Alto	91	69%
Total	**131**	**100%**

Figura 4.

Percepción de la dimensión de tecnología, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 16 y la figura 4, el 69% de los participantes presenta una percepción alta en la dimensión tecnología de la competencia mediática, mientras el 29% muestra una percepción de nivel medio, y solo 2% presenta una percepción de nivel bajo.

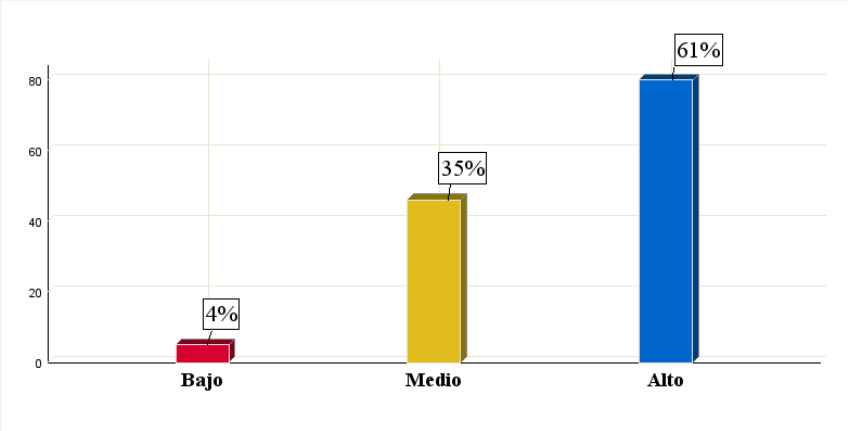
Tabla 17.

Percepción de la dimensión del proceso de interacción, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	4%
Medio	46	35%
Alto	80	61%
Total	**131**	**100%**

Figura 5.

Percepción de la dimensión del proceso de interacción, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 17 y la figura 5, el 61% de los participantes presenta una percepción alta en la dimensión proceso de interacción de la competencia mediática, mientras el 35% muestra una percepción de nivel medio, y solo 4% presenta una percepción de nivel bajo.

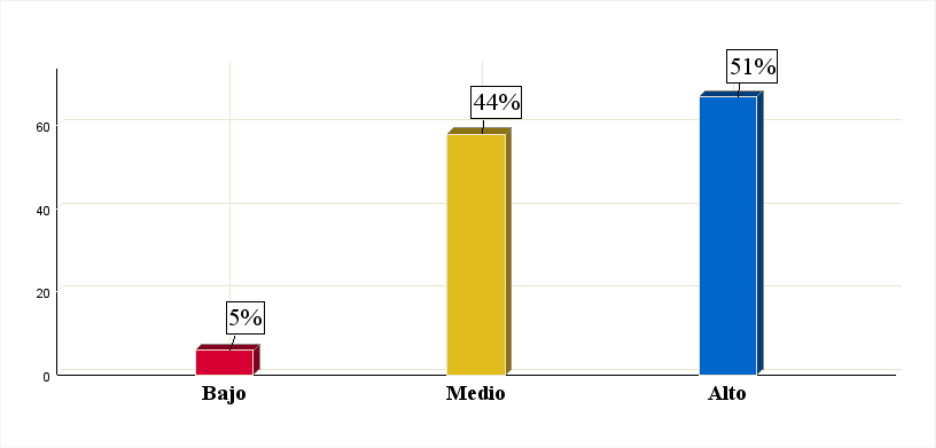
Tabla 18.

Percepción de la dimensión de estética, ática de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	5%
Medio	58	44%
Alto	67	51%
Total	**131**	**100%**

Figura 6.

Percepción de la dimensión de estética, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 18 y la figura 6, el 51% de los participantes presenta una percepción alta en la dimensión estética de la competencia mediática, mientras el 44% muestra una percepción de nivel medio, y solo 5% presenta una percepción de nivel bajo.

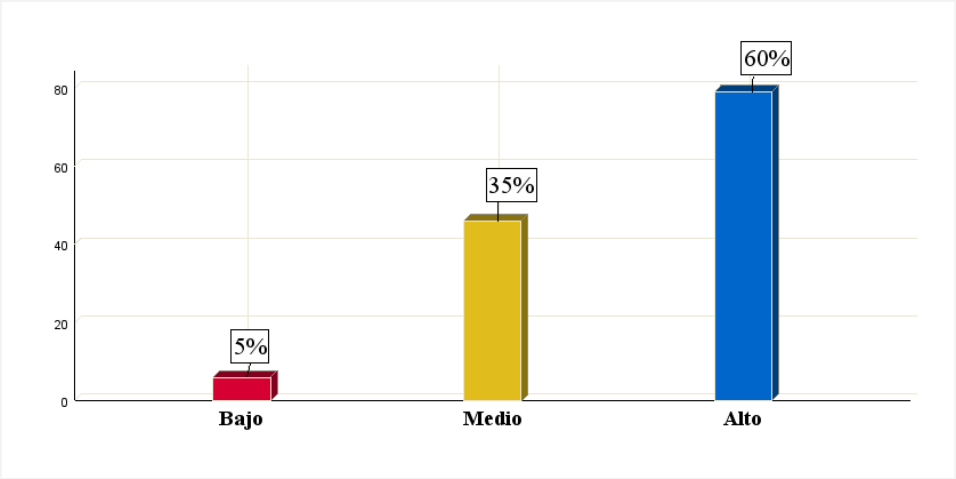
Tabla 19.

Percepción de la dimensión de ideología y valores, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	5%
Medio	46	35%
Alto	79	60%
Total	**131**	**100%**

Figura 7.

Percepción de la dimensión de ideología y valores, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 19 y la figura 7, el 60% de participantes presenta una percepción alta en la dimensión ideología y valores que comprende a la variable de competencia mediática, mientras el 35% muestra una percepción de nivel medio, y solo 5% presenta un nivel percepción bajo.

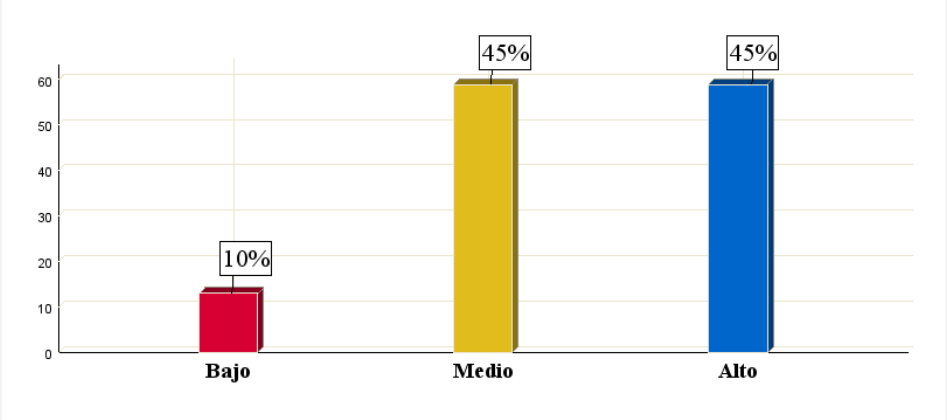
Tabla 20.

Percepción de la dimensión de los procesos de producción y difusión, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	13	5%
Medio	59	35%
Alto	59	60%
Total	**131**	**100%**

Figura 8.

Percepción de la dimensión de los procesos de producción y difusión, de los estudiantes de segundo año de la especialidad de Secundaria, 2023.



Según se observa en la tabla 20 y la figura 8, el 45% de los participantes presenta una percepción alta en la dimensión procesos de producción y difusión de la competencia mediática, mientras el 45% muestra una percepción de nivel medio, y solo 10% presenta una percepción de nivel bajo.

4.2.Prueba de Hipótesis

Utilizando la regresión logística fue contrastada las hipótesis de la investigación, los resultados de la prueba de normalidad aplicado a nuestra variable competencia mediática y a las dimensiones que lo comprenden, no mostraron normalidad, Esto se debe a que el valor "p" obtenido, tanto en la variable como en las seis dimensiones, es menor que el valor de significación teórica (Sig.) $\alpha = 0.05$

Tabla 21.

Resultados de la prueba de normalidad.

Variable / Dimensiones	Kolmogorov-Smirnov			Resultado
	Estadístico	gl	Sig.	
Competencia mediática	0.113	131	0.001	No normal
Lenguajes	0.127	131	0.001	No normal
Tecnología	0.111	131	0.001	No normal
Proceso de interacción	0.086	131	0.018	No normal
Estética	0.097	131	0.004	No normal
Ideología y valores	0.098	131	0.004	No normal
Proceso de producción y difusión	0.112	131	0.004	No normal

Según indica la teoría, aplicamos la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, al considerarse como grande la muestra, de 131 encuestados. Al obtener los resultados de la prueba, e indicar como "No normales" los resultados de nuestra variable de estudio y de sus dimensiones, se procedió a realizar la prueba de regresión logística.

4.3.Hipótesis general y específicos

4.3.1. Hipótesis general de la investigación

La dimensión predominante en la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es tecnología.

4.3.2. Hipótesis estadística

H_0: No existe diferencia en las dimensiones de la competencia mediática en los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023

H_1: Existe diferencia en las dimensiones de la competencia mediática en los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023

Nivel de significación

El nivel de significancia según la teoría es $\alpha = 0.05$, lo cual pertenece a un nivel de confiabilidad del 95%.

Función de prueba

Ya que todas las dimensiones analizadas exponen resultados "no normales" (ver tabla 20). se realizó la regresión logística. El sobresaliente (sea dimensión o indicador que aporta más) será obtendrá en base al coeficiente de regresión logística que obtenga el mayor valor absoluto.

El peso que tiene cada dimensión de la variable competencia mediática y sus indicadores se desprende del resultado del coeficiente de la regresión logística. Cuando presente un coeficiente mayor que las otras dimensiones o indicadores, significa que su peso sobre la variable es también alto. Lo contrario es que el coeficiente sea menor, en ese caso, el peso en la variable es bajo. Se cumple la relación directamente proporcional entre el valor de coeficiente y el peso que presenta la dimensión acerca de la variable.

Así mismo, el valor de odds ratio "Exp (B)" nos indica si es protectora o de riesgo, la dimensión o indicador. De ser protectora el Exp (B) siempre será menor a 1, Caso contrario si el valor de Exp (B) se presenta como mayor a 1, se le denomina de riesgo. Esto es siempre que la unidad no esté incluida en el intervalo de confianza del Exp (B).

Tabla 22.

Coeficiente de regresión logística de las dimensiones de la competencia mediática.

Dimensiones	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Lenguajes	2.894	1.303	0.026	18.072
Tecnología	3.764	1.544	0.015	43.105
Proceso de interacción	0.429	1.043	0.681	1.535
Estética	3.900	1.293	0.003	49.380
Ideología y valores	3.738	1.372	0.006	42.017
Proceso de producción y difusión	2.957	1.208	0.014	19.240

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, pues el valor de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica α = 0.05 en las dimensiones. En conclusión, existe diferencias entre las dimensiones de la variable analizada en los estudiantes de la muestra analizada.

Los resultados manifiestan la importancia de cada dimensión. Sin embargo, la dimensión que destaca y es más predominante es la de estética (B = 3.900) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón es la dimensión que ejerce el mayor peso en el progreso de la competencia mediática. El resultado de esta dimensión es de odds ratio (Exp (B)) = 43.105, y se presenta como factor de riesgo. Por este motivo, rechazamos la hipótesis general, la dimensión predominante es estética, y no es la dimensión tecnología.

4.3.3. Hipótesis específicas

- **Primera hipótesis específica**

En la dimensión lenguajes, el indicador que predomina en los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es analizar la connotación de cualquier plano o ángulo en una imagen.

Tabla 23.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión de los lenguajes.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Analizar la connotación de cualquier plano o ángulo en una imagen.	0.191	0.140	0.172	1.210
Utilizar materiales didácticos procedentes de los medios explotando sus propios códigos.	0.367	0.141	0.009	1.443
Elaborar una rúbrica para evaluar un producto mediático hecho por los alumnos (ej. Un blog o un vídeo)	- 0.172	0.243	0.478	0.842

Producir un video a partir de otros videos.	0.031	0.206	0.879	1.032
Distinguir la información de la opinión en una noticia periodística.	-0.009	0.197	0.965	0.991

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula. El resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores en la dimensión lenguajes, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, utilizar los materiales didácticos que proceden de los medios explotando sus propios códigos (B = 0.367) presenta el mayor coeficiente positivo, y por esta razón es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión lenguajes. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 1.443, representa el factor de riesgo.

Por este resultado, se rechaza la hipótesis específica, el indicador predominante no coincide con hipótesis planteada.

- **Segunda hipótesis específica**

En la dimensión tecnología, el indicador que predomina de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es reconocer los riesgos tecnológicos latentes del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.).

Tabla 24.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión tecnología.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Explicar los efectos de los medios en las personas a partir de evidencia científica	0.812	0.478	0.089	2.252

Reconocer riesgos tecnológicos latentes del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.)	1.311	0.541	0.015	3.710
Producir una plataforma web con distintos tipos de texto (audiovisuales, hipertextuales, etc.)	-0.159	0.408	0.696	0.853
Resolver sin ayuda de terceros los problemas técnicos de los medios que utilizo.	0.467	0.525	0.373	1.596
Aprovechar diversas tecnologías de acuerdo con mis objetivos didácticos.	0.430	0.474	0.364	1.538

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, el resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores en la dimensión tecnología, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, reconocer los riesgos tecnológicos presentes en el entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.) (B = 1.311) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión tecnología. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 3.710, representa el factor de riesgo.

Por este motivo, confirmamos esta hipótesis específica, el indicador predominante es la misma a la hipótesis planteada.

- **Tercera hipótesis específica**

En la dimensión proceso de interacción, el indicador que predomina de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es producir texto (impreso o visual) de forma colaborativa utilizando herramientas en línea.

Tabla 25.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión proceso de interacción.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos, aunque sepa que no me educan.	1.973	0.822	0.016	7.196
Explicar el modelo de negocio de un medio de comunicación.	1.379	0.673	0.040	3.973
Encontrar de manera eficiente la información que requiero en Internet.	3.938	1.020	0.001	51.319
Producir texto (impreso o visual) de forma colaborativa utilizando herramientas en línea.	2.169	0.766	0.005	8.751
Presentar una queja formal por algún contenido mediático que considere ofensivo ante las instancias correspondientes.	2.335	0.778	0.003	10.332

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, el resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores en la dimensión de proceso de interacción, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, encontrar de forma eficiente la información que requiero en Internet (B = 3.938) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión proceso de interacción. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 51.319, representa el factor de riesgo.

Por este motivo, rechazamos esta hipótesis específica, el indicador predominante no coincide con hipótesis planteada.

- **Cuarta hipótesis específica**

En la dimensión estética, el indicador que predomina de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es diseñar una presentación multimedia con estándares estéticos (armonía, composición, etc.).

Tabla 26.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión estética.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Reconocer una producción audiovisual formalmente deficiente (por la calidad de imagen, sonido o montaje).	4.309	1.548	0.005	74.332
Diseñar una presentación multimedia con estándares estéticos (armonía, composición, etc.)	3.446	1.206	0.004	31.360
Identificar encuadres incorrectos en una fotografía.	3.278	1.100	0.003	26.513
Reconocer influencias mutuas entre producciones culturales y otras manifestaciones artísticas.	5.354	1.385	0.001	211.151
Producir determinadas emociones a partir de la elaboración de un contenido.	1.134	0.853	0.184	3.109

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, el resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores en la dimensión de estética, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, reconocer las influencias mutuas entre producciones culturales y entre otras manifestaciones artísticas (B = 5.354) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión estética. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 211.151, representa el factor de riesgo.

Por este motivo, rechazamos esta hipótesis específica, el indicador predominante no coincide con hipótesis planteada.

- **Quinta hipótesis específica**

En la dimensión ideología y valores, el indicador que predomina de los estudiantes del segundo año, especialidad de Secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es advertir los riesgos latentes en la red vinculados a la privacidad o la identidad digital.

Tabla 27.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión ideología y valores.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Explicar aspectos legales básicos vigentes en mi país relacionados con los medios.	3.192	1.186	0.007	24.331
Advertir riesgos latentes en la red vinculados a la privacidad o la identidad digital	4.596	1.374	0.001	99.049
Reconocer los procesos de identificación emocional con personaje o historietas y sus efectos.	5.243	1.852	0.005	189.243
Contrastar la fiabilidad de la información que obtengo en medios digitales	4.755	1.609	0.003	116.219
Advertir estereotipos en una publicidad y explicar sus efectos a partir de evidencia científica.	2.040	1.437	0.156	7.691

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, el resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores de ideología y valores, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, reconocer los procesos de identificación emocional con personaje o historietas y sus efectos (B = 5.243) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón

es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión ideología y valores. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 189.243, representa el factor de riesgo.

Por este motivo, rechazamos esta hipótesis específica, el indicador predominante no coincide con hipótesis planteada.

- **Sexta hipótesis específica**

En la dimensión proceso de producción y difusión, el indicador que predomina de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria, Facultad de Educación – UNMSM, 2023, es advertir conflictos que se puedan crear entre los intereses de los propietarios de un medio, los que lo financian y la información que emiten.

Tabla 28.

Coeficiente de regresión logística de la dimensión proceso de producción y difusión.

Indicadores	B	Error estándar	Sig.	Exp (B)
Definir que es un medio de comunicación público y decir cuáles existen en el país.	2.939	0.977	0.003	18.890
Enumerar al menos ocho cargos responsables de elaborar una película.	2.973	1.111	0.007	19.560
Advertir conflictos que se puedan crear entre los intereses de los propietarios de un medio, los que lo financian y la información que emiten.	4.133	1.201	0.001	62.335
Elaborar un guion audiovisual con estándares técnicos.	3.083	1.023	0.003	21.827
Diseñar un Entorno Personal de Aprendizaje (PLE) eficiente y confiable.	3.294	1.029	0.001	26.941

Conclusiones

Rechazamos la hipótesis nula, el resultado de significación observada (Sig.) es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$ del indicador. En conclusión, existe diferencias entre los indicadores en la dimensión del proceso producción y difusión, de la muestra analizada, 2023.

Según los resultados obtenidos, e el indicador que presenta mayor predominancia en la dimensión es, advertir los conflictos que se puedan generar entre los intereses de los dueños de un medio, los que financian y la información que emiten (B = 4.133) presenta el mayor coeficiente positivo y por esta razón es señalado como el indicador que ejerce el mayor peso en el desarrollo de la dimensión de producción y difusión. El indicador presenta un odds ratio (Exp (B)) = 62.335, representa el factor de riesgo.

Por este motivo, se confirma esta hipótesis específica, el indicador predominante es el mismo a la hipótesis planteada.

5. Discusión

La investigación se propuso determinar la dimensión predominante en la competencia mediática, y el indicador predominante de sus dimensiones. Para tal fin, se desarrolló un cuestionario, aplicado a 131 estudiantes de la Facultad de Educación – UNMSM, que para el año 2023, se encuentre cursando el segundo año y sean de la especialidad de secundaria.

El 66% de los estudiantes tiene una percepción alta acerca de su competencia mediática. Este dato es muy similar a la investigación realizada por Aparicio et al. (2020) sobre las dimensiones de la competencia mediática, e indica que el 60% de los estudiantes señalaron tener una autopercepción moderadamente alta de esta competencia. También, en la investigación se revela que la dimensión con mayor dominio por parte de los estudiantes es tecnología. Este resultado es una cualidad propia de la edad y del contexto vivido. También llamados nativos digitales, por la facilidad que presentan en el uso de la tecnología. Además, otro factor que ha influido en el uso constate de la tecnología fue la pandemia, como indican varios autores. Por esta razón, señalamos a la tecnología, en nuestra hipótesis general, como la dimensión de mayor predominancia en la competencia mediática. Sin

embargo, los resultados conseguidos en la investigación indican que la dimensión estética es la de mayor predominancia (B = 3.900), al obtener el mayor coeficiente positivo.

El resultado obtenido en la investigación sobre la dimensión de los lenguajes indica que, el 72% de los estudiantes tiene una percepción alta en esta dimensión. Similar a este resultado, Aparicio et al. (2020) presentó en su investigación, que el 89%, se percibía competente en esta dimensión (de lenguajes). Así mismo, se indica que los estudiantes están más inclinados en el ámbito del análisis de los medios que en la expresión (crear), y asocian las cuestiones automáticas de los medios de comunicación con sus efectos en los códigos, como acortar las palabras en el lenguaje escrito, entre otros. Para Pérez-Escoda et al. (2018) en su investigación realizada en profesores universitarios se señaló que, estos obtienen un alto nivel respecto al dominio de los códigos del lenguaje audiovisual. Por estos antecedentes, nuestra hipótesis en la dimensión lenguajes plantea que el indicador más sobresaliente es el análisis de la connotación del plano de una imagen en los medios. Sin embargo, los resultados conseguidos revelaron que, en esta dimensión, el indicador de mayor predominancia es la utilización de materiales didácticos que proceden de los medios, aprovechando sus propios códigos (B = 0.367), al obtener el mayor coeficiente positivo.

El resultado obtenido en la investigación sobre la dimensión de tecnología señala que, el 69% de los estudiantes obtiene un valor alto. Un poco diferente al resultado observado en el trabajo de Aparicio et al. (2020) donde la dimensión de tecnología presento el mayor puntaje en autopercepción de los estudiantes analizados con un 93% en esta dimensión. Según el autor señalado, este alto puntaje se debe a lo habitual que es el uso de las TICs. Por el contrario, en esta investigación nos hemos enfocado no solo en el uso de los medios sino en el aspecto crítico de su uso. Como señalo Mateus et al. (2019) los estudiantes deben comprender la influencia que desempeñan las TIC y sus efectos. Por esta razón, nuestra hipótesis en la dimensión de tecnología plantea que el indicador sobresaliente es el reconocimiento de los riesgos latentes en el entorno digital (B = 1.311). Finalmente, los resultados obtenidos confirman esta hipótesis. Este indicador obtiene el mayor coeficiente positivo en comparación a los demás indicadores.

El resultado obtenido en la investigación sobre la dimensión del proceso de interacción señala que, el 61% de los estudiantes tiene una percepción alta en esta dimensión. En la investigación de Aparicio et al. (2020) el 89% de los estudiantes se consideró competente en la dimensión del proceso de interacción. El autor expone los factores

favorables en esta dimensión como la evaluación de la propia dieta mediática, las ventajas que genera conocerlas, y los riesgos en la adicción del uso de las nuevas tecnologías. Para Pérez-Escoda et al. (2018) los estudiantes que obtienen resultados altos en esta dimensión son en el uso de las redes sociales y la selección de información compartida en base a los destinatarios. Nuestra hipótesis en la dimensión del proceso de interacción plantea que el indicador más sobresaliente es la producción de textos sea impresos o visuales, de forma colaborativa utilizando herramientas en línea. Sin embargo, los resultados obtenidos señalan que, el indicador de mayor predominancia es encontrar eficientemente la información que se requiere en internet (B = 0.367), al obtener el mayor coeficiente positivo.

Respecto a la dimensión de estética el resultado obtenido en la investigación indica que el 51% de estudiantes consideró alta su nivel en esta dimensión. Según Aparicio et al. (2020) el 83% de los estudiantes se consideró competente en la dimensión estética, el puntaje más bajo en comparación con las otras dimensiones de su investigación. El autor indica que existe un grado de dificultad en la compresión del concepto de estética, cada estudiante tiene una manera particular de interpretarlo, y es vinculada a contenidos muy dispares. Para Mesquita-Romero et al. (2022) la dimensión estética se describe al conocimiento, destreza y a las actitudes entre la calidad estética y al manejo de las emociones. Nuestra hipótesis en la dimensión estética plantea que el indicador más sobresaliente es, el diseño de una presentación multimedia con estándares estéticos. Sin embargo, los resultados alcanzados indican que, en esta dimensión el indicador de mayor predominancia es el reconocimiento de influencias mutuas entre las producciones culturales y demás manifestaciones artísticas (B = 5.354), al obtener el mayor coeficiente positivo.

El resultado en la investigación, sobre la dimensión ideología y valores indica que el 60% de los estudiantes considera alta su nivel en esta dimensión. En la investigación de Aparicio et al. (2020) el 85% de los estudiantes se consideraron competentes en la dimensión de ideología y valores. El autor señalo que existe un conocimiento homogéneo en la definición de esta dimensión entre los estudiantes. Muchos de estos se enfocan en la comunicación e información de las redes sociales, además, en sus experiencias sobre los contenidos ideológicos. Pérez-Escoda et al. (2018) advirtió que, si bien los resultados de los estudiantes son significativos en el conocimiento y uso de los medios, se observa una media pondera muy baja respecto al reconocimiento de los estudiantes en los peligros de los medios de comunicación, en especial a los prejuicios. Nuestra hipótesis en la dimensión ideología y

valores plantea que el indicador más sobresaliente es poder advertir los riesgos presentes en la red sobre la privacidad o la identidad digital. Sin embargo, los resultados señalan que, en esta dimensión el indicador de mayor predominancia es el reconocimiento de los procesos de identificación emocional con los personajes o historietas y sus efectos (B = 5.243), al obtener el mayor coeficiente positivo.

Acerca de la dimensión proceso de producción y difusión el resultado obtenido en la investigación indica que el 45% de estudiantes considero alta su nivel en esta dimensión. En la investigación de Aparicio et al. (2020) el 88% de los estudiantes señalo ser competente en esta dimensión El autor indica que existe una mayor tendencia a la difusión que a la producción. En el estudio realizado por Pérez-Escoda et. al (2018) esta dimensión presento la media más baja de entre las otras dimensiones. Según Mateus et al. (2019) parte de conocer la dimensión del proceso de producción y difusión es conocer los factores a los que se encuentra sometido la información, esto incluye a los intereses particulares de los medios de comunicación. Nuestra hipótesis en esta dimensión plantea que el indicador sobresaliente es advertir los conflictos que se puedan crear entre los intereses de los dueños de un medio, así como quienes lo financian y la información que emiten." (B = 4.133). Finalmente, los resultados obtenidos de nuestra investigación confirman esta hipótesis. Este indicador obtiene el mayor coeficiente positivo en comparación a los demás indicadores.

6. Conclusiones

Primera: conforme al objetivo general del estudio, concluimos que la dimensión predominante de la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de Secundaria de la Facultad de Educación UNMSM-2023 es estética, seguido de la dimensión de tecnología y la dimensión de ideología y valores. Si bien el resultado es una sorpresa a lo visto en los antecedentes analizados y en otras investigaciones, donde la tecnología y el lenguaje son las más representativas. Los resultados de la investigación lo determinan. En parte, a que la dimensión de estética se sustenta en sus indicadores y sus ítems, en la presente investigación, como se exponen en las siguientes conclusiones. Por este motivo, ordenaremos los resultados de las conclusiones específicas, de la dimensión de mayor a menor predominancia.

Segunda: como conclusión, el indicador de mayor preponderancia en la dimensión estética, de los estudiantes participantes en la investigación, es la capacidad para reconocer las influencias mutuas entre producciones culturales y demás manifestaciones artísticas. Este indicador lo compone los ítems de ser capaz de reconocer en los medios la influencia de la literatura, la música, las artes corporales (danza, teatro) y las artes plásticas. Podemos concluir que, tanto la literatura como las artes son determinantes para la dimensión de estética y la competencia mediática.

Tercera: como conclusión, respecto al indicador de mayor predominancia de la dimensión tecnología, de los estudiantes participantes en la investigación, es la capacidad de reconocer los riesgos tecnológicos latentes del entorno digital. Este indicador lo componen los ítems de ser capaz de reconocer los riesgos relacionados con la información, como: violencia, racismo, entre otros; de reconocer los riesgos relacionados con la comunicación, como: amenazas, perdida de intimidad, entre otros; de reconocer los riesgos relacionados con actividades económicas, como: estafas, robos, entre otros; y finalmente, de reconocer los riesgos relacionados con las adicciones en la tecnología, como: juego compulsivo, uso de redes sociales, entre otros. Por este motivo, ser capaces de reconocer los riesgos en internet acerca de la información, la comunicación, actividades económicas y las adicciones son determinantes para la dimensión de tecnología.

Cuarta: como conclusión, respecto al indicador de mayor predominancia de la dimensión ideología y valores, de los estudiantes participantes en la investigación, es tener la capacidad para reconocer los procesos de identificación emocional con personaje o historietas y sus efectos. Este indicador lo componen cuatro ítems: la capacidad de reconocer las emociones que me trasmiten los personajes y las historietas; la capacidad de reconocer la adopción del punto de vista o ponerme en el lugar del personaje y la historieta; la capacidad de reconocer el sentimiento de volverme uno de los personajes y parte de su historia; y finalmente, la capacidad de reconocer el motivo de mi vinculación con el personaje y el deseo de ser como él. Por este motivo ser capaces de reconocer nuestras emociones, el punto de vista que adoptamos, el sentimiento con el que nos identificamos y el motivo de mi vinculación, con los personaje o las historietas y sus efectos son determinantes para la dimensión ideología y valores.

Quinta: como conclusión, respecto al indicador de mayor predominancia de la dimensión proceso de producción y difusión, de los estudiantes participantes en la

investigación, es la capacidad para advertir los conflictos que se puedan crear entre los intereses de los dueños de un medio, los que financian y la información que se expresa. Este indicador lo compone los ítems sobre ser capaces de advertir el conflicto entre los intereses privados y el deber público en la emisión de la información; ser capaces de advertir el conflicto donde existe la sospecha de intereses particulares en la emisión de la información; y ser capaces de advertir el conflicto que puede originarse por intereses de quienes financian el medio, y la información que se emitirá. Por este motivo, ser capaces de advertir los conflictos que generan los intereses públicos y privados, la existencia de sospecha de intereses particulares y la influencia de los que financian los medios es determinante para la dimensión del proceso de producción y difusión.

Sexta: como conclusión, respecto al indicador de mayor predominancia de la dimensión lenguajes, de los estudiantes participantes en la investigación, es la capacidad de utilizar materiales didácticos que provienen de los medios explotando sus propios códigos. Este indicador lo componen los ítems de ser capaz de utilizar los materiales impresos, los materiales gráficos, los materiales sonoros y los materiales audiovisuales como materiales didácticos. Por este motivo, ser capaces de utilizar materiales impresos, gráficos, sonoros y audiovisuales, aprovechando sus códigos (signos y reglas) es determinante para la dimensión de lenguaje.

Séptima: como conclusión, respecto al indicador de mayor predominancia de la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes participantes en la investigación, es ser capaces de encontrar eficazmente la información que requerimos en Internet. Este indicador se compone de cinco ítems: 1) ser capaces de organizar nuestras ideas y conocimientos previos para encontrar información que requiero en la web; 2) Identificar de forma general la fuente de información que sea pertinente; 3) Ser capaz de realizar una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda; 4) Valorar el contenido de información encontrada, su pertinencia o no; y 5) Usar herramientas de apoyo como citas y actualizaciones que me permitan gestionar la información obtenida. Por este motivo, ser capaces de conocer nuestro nivel en los procesos de búsqueda en internet nos brinda la base para encontrar información relevante desarrollada por otras personas, este factor es determinante para la dimensión del proceso de interacción.

Recomendaciones

Primera: a los docentes e investigadores se le recomienda realizar estudios sobre competencia mediática con el objetivo de determinar las dimensiones e indicadores que predominan e influye en el desarrollo de esta competencia. Además, se les recomienda analizar por separado cada dimensión con el fin de profundizar en cada una de ellas.

Segunda: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión estética, de la competencia mediática, analizando la capacidad de los alumnos en reconocer la influencia estética de las producciones culturales y las manifestaciones artísticas. Además, analizar si el conocimiento en literatura guarda relación significativa con la competencia mediática, en los estudiantes.

Tercera: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión tecnología, de la competencia mediática, considerando la capacidad de los estudiantes en reconocer los riesgos latentes respecto a la tecnología, en especial los relacionados a la información, comunicación y a las adicciones (redes sociales, juegos, entre otros).

Cuarta: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión ideología y valores, de la competencia mediática, analizando si los estudiantes son capaces de reconocer su identificación emocional con los personajes que se presentan en los medios. Por ejemplo, personajes de moda como superhéroes.

Quinta: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión producción y difusión, de la competencia mediática, analizando la capacidad de los estudiantes en reconocer "los intereses" que tienen los medios al momento de informar o publicar un tema, y los conflictos que generan estos intereses.

Sexta: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión lenguajes, de la competencia mediática, considerando el conocimiento de los estudiantes acerca de los códigos del lenguaje audiovisual y su uso en la elaboración de materiales didácticos.

Séptima: a los docentes e investigadores se les recomienda abordar la dimensión proceso de interacción, de la competencia mediática, considerando la capacidad de los estudiantes de encontrar y compartir información relevante en la red.

Referencias

Aguerri, J. y Miró-Linares F. (2023). ¿Comunicación ofensiva y de odio o desinformación programada? *Revista de Internet, Derecho y Política*. N° 37. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8808462

Aparicio, D., Tucho, F. & Marfil-Carmona, R. (2020). Las Dimensiones De La Competencia Mediática En Estudiantes Universitarios Españoles. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes 18* (2), 217-44. https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1492.

Arenas-Fernández, A., Aguaded-Gómez, I., & Sandoval-Romero, Y. (2021). Competencia mediática en docentes universitarios en Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, *27* (3), 272-286. https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/36769

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Arequipa-Perú: *Enfoques Consulting EIRL*. https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260

Campos, L. G. (2012). Conectivismo como teoría de aprendizaje: conceptos, ideas, y posibles limitaciones. *Revista Educación y Tecnología*. 111-122. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4169414

Castellaro, M., & Peralta, N. S. (2020). Pensar el conocimiento escolar desde el socioconstructivismo: interacción, construcción y contexto. *Perfiles educativos,42*(168), 140-156. https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2020.168.59439

Colina, F. (2022). Paradigmas de la investigación científica . *Fronteras en Ciencias Sociales y Humanidades*, *2*(1), 25-34.

CONCORTV (23 de febrero de 2023) *El consumo de Internet y el uso celulares inteligentes sigue en aumento.* https://www.concortv.gob.pe/el-consumo-de-internet-y-el-uso-celulares-inteligentes-sigue-en-aumento/#:~:text=Seg%C3%BAn%20cifras%20del%20estudio%20cuantitativo,a%20nivel%20nacional%20(96%25).

Cortés, S. (2017). Investigación II. Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá D. C. https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3538

Cossini, F; Ribinstein, W. y Politis, D. (2017) ¿Cuántas son las emociones básicas? Estudio preliminar en una muestra de adultos mayores sanos. *Anuario de investigaciones*, Universidad de Buenos Aires, pp. 253-257. https://www.redalyc.org/pdf/3691/369155966032.pdf

Del Valle, J. (2005). La calidad de la producción audiovisual desde el análisis del valor. Comunicar: *Revista Científica de Comunicación y Educación. 25*, 2. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2927666

Dongo-Mejía, A. M., Aguilar-Ponce, H. R., Sánchez-Zapata, D. M., Pichardo-Simón, L. E., & Cangalaya-Sevillano, L. M. (2022). Una aproximación teórica de la literacidad mediática hacia la competencia mediática en el currículo peruano. *Investigación Valdizana,* 209-219. https://doi.org/10.33554/riv.16.4.1577

Equipo editorial, Etecé. (23 de enero de 2023) *Géneros periodísticos.* https://humanidades.com/generos-periodisticos/#ixzz83vyR7NIY

Ferrés Prats, J. (2013). La competencia mediática y emocional de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 89-101. https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista101_capitulo7.pdf

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, n° 38, v XIX, 2012, Revista Científica de Educomunicación*, 75-82. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3850437

Frías-Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Universidad de Valencia. España. https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf

Galicia, L., Balderrama, J. & Edel, Rubén. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, *9*(2), 42-53. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-61802017000300042&script=sci_abstract&tlng=es

Garcés, M. (23 de abril de 2021). *Importancia y uso de las TIC en la educación.* https://www.utb.edu.co/blog/las-nuevas-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-tic-aplicadas-en-contextos-sociales-y-educativos/#:~:text=Las%20Tecnolog%C3%ADas%20de%20la%20Informaci%C3%B3n,(docentes%2C%20estudiantes%2C%20directivos%20y

Gatica-Lara, F., & Uribarren-Berrueta, T. (2013). ¿Cómo elaborar una rúbrica? *Investigación en educación médica, 2*(5), 61-65. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000100010&lng=es&tlng=es.

GCFAprendeLibre (21 de noviembre de 2018) *¿Qué es hardware y software?* [Archivo de Vídeo] https://www.youtube.com/watch?v=3F-kuNGlNco

Gutiérrez, P. (2016). *El encuadre fotográfico entendido como proceso: factores tecnológicos, perceptivos y elementos constitutivos de la imagen fotográfica.* [Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid]. https://eprints.ucm.es/id/eprint/35351/1/T36785.pdf

Gonzales-Miñan, M. d., Turpo-Cebera, O., & Suárez-Guerrero, C. (2020). La autopercepción de competencia mediática y su relación con las variables sociodemográficas del profesorado de educación básica. *Aula Abierta*, 103-111. https://doi.org/10.17811/rifie.49.2.2020.103-11

González-Cabrera, C., Ugalde Sánchez, C., Piedra, L., & Loja, J. (2019). Diferencias en el nivel de competencia mediática por tipo de sistema educativo. *Contratexto,*, 95-110. https://doi.org/10.26439/contratexto2019.n032.4612

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación.* México D.F. McGrawHill (6.ª ed.).

Hernández-Sellés, N. (2021). Herramientas que facilitan el aprendizaje colaborativo en entornos virtuales: nuevas oportunidades para el desarrollo de las ecologías digitales de aprendizaje. Universidad de Murcia, 81-99. https://revistas.um.es/educatio/article/view/465741.

Igartua, J. (2008). Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica. *Escritos de Psicología (Internet), 2*(1), 42-53. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1989-38092008000300006&lng=es&tlng=es.

Instituto Peruano de Publicidad (19 de noviembre de 2021) *¿Qué es la narración audiovisual y cuál es su importancia?* https://www.ipp.edu.pe/blog/narracion-audiovisual/#:~:text=La%20narraci%C3%B3n%20audiovisual%20consiste%20en,y%20conectar%20con%20las%20audiencias.

Jara, V. (2012). Desarrollo del pensamiento y teorías cognitivas para enseñar a pensar y producir conocimientos. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, 53-66. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846101004

Jiménez-Becerra, I., Salamanca-Espinosa, L.A., y López-López, L. G. (2018). Implementación de entornos personales de aprendizaje para fortalecer las habilidades comunicativas. *Folios*, 47, 119-132. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6834497

Kačinová, V. y Sádaba-Chalezquer, C. (2022). Competencia mediática como una "competencia aumentada" *Revista Latina de Comunicación Social*, 80,21-38. https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1514

Manrique-Orozco, A. M. y Gallego-Henao, A. M. (2013). El material didáctico para la construcción de aprendizajes significativos. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, *4*(1), 101-108. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5123813

Manterola, C., Grande, L., Otzen, L., García, N., Salazar, P., & Quiroz, G. (2018). Confiabilidad, precisión o reproducibilidad de las mediciones. Métodos de valoración, utilidad y aplicaciones en la práctica clínica. *Revista chilena de infectología*, *35*(6), 680-688. https://dx.doi.org/10.4067/S0716-10182018000600680

Marín-Guitiérrez, I., Rivera-Rogel, D., Velásquez-Benavides, A. V., & García-Ruíz, R. (2019). Competencias mediáticas en estudiantes universitarios/as de Iberoamérica. *Revista Prisma Social n° 26*, 73-93. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7016658

Martínez, V., & Rincón, E. (2021). Problemas y desarrollo de la identidad en el mundo digital. *Revista chilena de derecho y tecnología*, *10*(2), 251-276. https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.59188

Mateus, J. C. (2019). *Educación mediática en la formación docente en el Perú.* [Tesis Doctoral, Universitat Pompeu Fabra]. https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=266623

Mateus, J. C., Andrada, P., & Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista de Comunicación*(18), 287-301. https://dx.doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a14

Mateus, J. C., Andrada, P., & Quiroz, M. T. (2020). La formación docente en educación. *En: Aguaded, I. & Vizcaíno-Verdú, A. (Eds.). Redes sociales y ciudadanía. Hacia un mundo cibreconectado y empoderado*, 1-8. https://hdl.handle.net/20.500.12724/11806

Mesquita-Romero, W. A., Fernández-Morante, C., & Cebreiro López, B. (2022). Alfabetización mediática crítica para mejorar la competencia del alumnado. *Comunicar, n° 70*, 47-57. https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=70&articulo=70-2022-04

Miranda Beltrán, S., & Ortiz Bernal, J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, *11*(21). https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717

Moncada-Hernández, S. (2014). Cómo realizar una búsqueda de información eficiente: Foco en estudiantes, profesores e investigadores en el área educativa. *Investigación en educación médica*, *3*(10), 106-115. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-50572014000200007&script=sci_abstract

Olvera, A. (2021). *Aprovechamiento de plataformas y materiales interactivos.* [Archivo PDF]. https://www.minedu.gob.pe/conectados/pdf/cursos/webinars/2021/9-de-noviembre-2021-aprovechamiento-de-plataformas-y-materiales-interactivos.pdf

Panadero, B. & Leris, N. (2002). Unidad didáctica en Educación Secundaria Obligatoria: Los estereotipos en la publicidad. Gobierno de Aragón. Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales. Instituto Aragonés de la Mujer. https://www.aragon.es/documents/20127/674325/estereotipos_publicidad.pdf/db0ff8b9-21d7-3d88-8bc5-4bed7c07aeca

Peñalver-Higuera, M. (2021). La competencia mediática en gerentes de educación universitaria. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, *1*(3). http://portal.amelica.org/ameli/journal/503/5032960002/

Pere-Marqués, G. (1999-2015). *Los riesgos de internet. Consejos para su uso seguro. Habilidades necesarias para utilizar internet*. http://www.peremarques.net/habilweb2.htm

Pérez-Escoda, A., García-Ruíz, 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. https://ojs.uv.es/index.php/attic/article/view/12550

PsicoTools (23 de julio de 2020) *El papel de las TIC en nuestra sociedad actual: ¿cómo usarlas bien?* https://psicologiaymente.com/social/papel-de-tic-sociedad-actual-como-usarlas-bien

Ramírez, L (2019). *Manifestaciones artísticas.* [Diapositivas de Power Point] https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa_ixtlahuaco/2019/4/Expresion-grafica.pdf

Rivadeneyra-Olcese, C. (2022). Educación mediática en las políticas sobre educación superior en Perú. *Redes sociales y ciudadanía*, 599-604 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8763191

Rodríguez, S. (2008). Connotación y persuasión en la imagen publicitaria. Revista Gazeta de Antropología. Artículo 55. https://www.ugr.es/~pwlac/G24_55SoniaEster_Rodriguez_Garcia.html

Romero-Rodríguez, L.; Contreras-Pulido, P.; Castillo-Abdul, B. (2020). Competencia mediática en la Universidad: Comparativa de niveles en cuatro países Iberoamericanos. Valencia, España, pp. 51-59. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8035596

Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 13*(1), 102-122. https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644

Sanchez Molina, A. A., & Murillo Garza, A. (2022). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la historia*, 147-181. https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792

Serna, A., Hernández, M., Sandoval-Romero, Y., & Manrique-Grisales, J. (2018). Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos: Un estudio piloto. Dixit, (28), 22-39. https://doi.org/10.22235/d.v0i28.1579

Silva Torres, N. G., Paredes Placencia, I. E., & Ocaña Morales, J. M. (2022). La calidad de la información en los medios digitales de noticia. *RECIMUNDO*, *6*(4), 46-57. https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57

TRNGL (4 de enero de 2019). *El equipo humano en una producción cinematográfica.* [Archivo de Youtube] https://www.youtube.com/watch?v=QEyuxWePzcw

Tejada, E., Romero, A. y López, A. (2017). Entornos personales de aprendizaje a través de comunidades online de prácticas en la enseñanza universitaria. Universidad del País Vasco. Pág. 516-520. https://addi.ehu.es/handle/10810/25841

UNESCO. (1982). Declaración de Grünwald sobre la educación relativa a los medios de comunicación. https://www.redalyc.org/pdf/158/15802816.pdf

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B. y Perozo, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de la Guajira. https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/467

Valdez F. (2010). Teorías educativas y su relación con las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). México. Universidad Nacional Autónoma de México. https://clea.edu.mx/biblioteca/items/show/514#?c=&m=&s=&cv=

Vite León, V. O. (2022). *Percepción de la competencia mediática de estudiantes y docentes de las carreras de ciencias sociales de universidades privadas de Lima Metropolitana.* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/23576

Anexos

Anexo 1

Cuestionario sobre Competencia Mediática

Marque con aspa:

☐ ☐

Marque su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes proposiciones:

5: Muy de acuerdo
4: De acuerdo
3: Indeciso
2: En desacuerdo
1: Muy en desacuerdo

Dimensiones	Ítems del cuestionario	1	2	3	4	5
Respecto a los **LENGUAJES** de los medios. Soy capaz de...	1. Analizar el centro o foco principal de una imagen (elemento que busca dirigir nuestra atención y que trasmite el mensaje principal)					
	2. Analizar a quien se dirige una imagen, según su grado de conocimiento.					
	3. Analizar los valores e ideales considerados en la imagen (Ejemplo: belleza, rapidez, valentía, libertad, entre otros).					
	4. Utilizar los materiales impresos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.					
	5. Utilizar materiales gráficos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.					
	6. Utilizar materiales sonoros o auditivos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.					
	7. Utilizar materiales audiovisuales como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.					
	8. Elaborar una rubrica global (compresión o dominio global) de un video o blog hecho por alumnos.					
	9. Elaborar una rubrica analítica (desempeño, identificar fortalezas o debilidades) de un video o blog hecho por alumnos.					
	10. Producir un video con edición básica					
	11. Producir un video con elementos básicos de narración audiovisual (construir un argumento por medio de secuencia de imágenes y sonidos).					
	12. Reconocer cuando un medio de comunicación informa una noticia, sin emitir juicio de valor y brinda datos concretos.					
	13. Reconocer cuando un medio de comunicación transmite opinión, donde se plasma un punto de vista.					
Respecto a la **TECNOLOGÍA** de los medios. Soy capaz de...	14. Explicar los efectos del teletrabajo.					
	15. Explicar los efectos de la fiebre de las redes sociales					
	16. Explicar los efectos de las adicciones que genera el uso excesivo de las TICs.					
	17. Explicar los efectos de la ciber militancia (la ciber militancia es el uso de internet para difundir un discurso, generando un debate).					

	18. Reconocer los riesgos relacionados con la información (acceso a información falsa, peligrosa, ilícita, entre otros). Ejemplo: violencia, racismo entre otros.					
	19. Reconocer los riesgos relacionados con la comunicación (mensajes ofensivos, perdida de intimidad, amenazas, entre otros).					
	20. Reconocer los riesgos relacionados con actividades económicas (estafas, compras inducidas por publicidad, robos, entre otros).					
	21. Reconocer los riesgos relacionados con adicciones (juego compulsivo, frecuentar redes sociales, entre otros).					
	22. Producir una plataforma web educativa con videos didácticos y material multimedia.					
	23. Producir una plataforma web educativa con documentos y enlaces a documentos en la web.					
	24. Resolver problemas técnicos básico del hardware de los medios que utilizo.					
	25. Resolver problemas técnicos básicos del software de los medios que utilizo.					
	26. Resolver problemas técnicos de los medios que utilizo buscando la solución en internet (páginas web o YouTube).					
	27. Aprovechar las tecnologías en el proceso de aprendizaje – enseñanza.					
	28. Aprovechar la tecnología de almacenamientos de datos en mis objetivos didácticos.					
	29. Aprovechar la tecnología en la gestión e implementación de cursos.					
Respecto a los **PROCESOS DE INTERACCIÓN** con los medios. Soy capaz de...	30. Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos que me permite relacionarme con otras personas.					
	31. Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos que me permite estar informado.					
	32. Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos que me entretienen.					
	33. Explicar por qué consumo ciertos contenidos mediáticos para hacer hora o pasar el tiempo.					
	34. Explicar el modelo de negocio de la televisión (canal de televisión).					
	35. Explicar el modelo de negocio en YouTube (de los creadores de contenido).					
	36. Organizar ideas y conocimientos previos para luego encontrar información que requiero en la web.					
	37. Identificar de forma general la fuente de información y que esta sea pertinente.					
	38. Realizar una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda.					
	39. Valorar el contenido de información obtenido en la red. Si no son pertinentes realizo nuevas estrategias de búsqueda.					
	40. Usar herramientas de apoyo (citas, contenidos y actualizaciones) para gestionar la información obtenida.					
	41. Producir representaciones visuales de forma colaborativa en línea, utilizando herramientas en internet.					
	42. Producir texto en línea de forma colaborativa utilizando notas, fichas, comentarios vinculados entre otros.					
	43. Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, frente a algún contenido mediático ofensivo					
	44. Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, por difusión de información falsa en un medio.					

Respecto a la **ESTÉTICA** de los medios. Soy capaz de...	45. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad de la imagen. (desenfoque, pobre resolución de la imagen, entre otras).					
	46. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del sonido.					
	47. Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del montaje (secuencia de la historia).					
	48. Diseñar una presentación multimedia que presente armonía de color y relación con el tema a presentar.					
	49. Diseñar una presentación multimedia usando plantillas por su composición y en relación con el tema a presentar.					
	50. Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma horizontal (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).					
	51. Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma vertical (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).					
	52. Reconocer las influencias mutuas entre la literatura y las producciones culturales.					
	53. Reconocer las influencias mutuas entre la música y las producciones culturales.					
	54. Reconocer las influencias mutuas entre las artes corporales (danza, teatro) y las producciones culturales.					
	55. Reconocer las influencias de las artes plásticas y las producciones culturales.					
	56. Elaborar contenido para producir alegría en mi audiencia.					
	57. Elaborar contenido para producir sorpresa en mi audiencia.					
Respecto a la **IDEOLOGÍA Y VALORES** de los medios. Soy capaz de...	58. Explicar aspectos legales básicos sobre la libre competencia de los medios en el Perú.					
	59. Explicar aspectos legales básicos sobre la libertad de acceso de los medios en el Perú					
	60. Explicar aspectos legales básicos sobre principio de transparencia de los medios en el Perú.					
	61. Explicar aspectos legales básicos sobre uso eficiente del espectro de los medios en el Perú.					
	62. Explicar aspectos legales básico sobre la neutralidad tecnológica, la no condición del uso de una determinada tecnología, de los medios en el Perú.					
	63. Advertir el riesgo latente de la visibilidad de las actividades que realizo en la red.					
	64. Advertir el riesgo latente de mi privacidad relacionada al robo, amenazas o utilización de información sin mi consentimiento en la red.					
	65. Advertir el riesgo latente de mi reputación en la red.					
	66. Advertir el riesgo latente que existe en la suplantación de identidad en la red.					
	67. Reconocer mi capacidad de sentir las emociones que me trasmite los personajes o las historietas.					
	68. Reconocer mi capacidad de adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar del personaje o las historietas y sus efectos.					
	69. Reconocer la sensación de volverme uno de los personajes y parte de la historia.					
	70. Reconocer mi vinculación con los personajes y el deseo de ser como ellos.					
	71. Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales verificando la fuente.					

	72. Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la fecha de su publicación y/o actualizaciones.					
	73. Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales verificando las fotos y videos publicados.					
	74. Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la expresión, el tono de la información y la ortografía.					
	75. Advertir la influencia de los estereotipos de una publicidad en afianzar roles establecidos.					
	76. Advertir los estereotipos en una publicidad en normalizar la violencia a determinadas personas.					
	77. Advertir como puede afectar en la autoestima los estereotipos referidos en una publicidad.					
Respecto a la **PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN** de los medios. Soy capaz de...	78. Definir que es un medio de comunicación público.					
	79. Enumerar que medios de comunicación público existen en el país.					
	80. Enumerar seis cargos del equipo técnico encargado de realizar una película.					
	81. Enumerar dos cargos del equipo artístico encargo de realizar una película.					
	82. Advertir el conflicto entre el deber público y los intereses privados en la información que emiten los medios.					
	83. Advertir el conflicto donde existe la sospecha de un interés particular en la información que emiten los medios.					
	84. Advertir el conflicto que puede originarse por los intereses de los que financian el medio, y la información que emitirán.					
	85. Elaborar un storyboard básico.					
	86. Elaborar un guion audiovisual (ordenados en escena, dialogo, música y tiempo).					
	87. Buscar y seleccionar información para diseñar un entorno personal de aprendizaje (PLE).					
	88. Crear y producir información para un entorno personal de aprendizaje (PLE).					
	89. Compartir y relacionarme en un entorno personal de aprendizaje (PLE).					

Anexo 2

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Dimensión 1: LENGUAJES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Analiza el centro o foco principal de una imagen.	X		X		X		
2	Analiza a quien se dirige una imagen, según su grado de conocimiento.	X		X		X		
3	Analiza los valores e ideales considerados en la imagen.	X		X		X		
4	Utiliza los materiales impresos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
5	Utiliza materiales gráficos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
6	Utiliza materiales sonoros o auditivos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
7	Utiliza materiales audiovisuales como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
8	Elabora una rubrica global (compresión o dominio global) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
9	Elabora una rubrica analítica (desempeño, identificar fortalezas o debilidades) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
10	Produce un video con edición básica	X		X		X		
11	Produce un video con elementos básicos de narración audiovisual.	X		X		X		
12	Reconoce cuando un medio de comunicación informa una noticia, sin emitir juicio de valor y brinda datos concretos.	X		X		X		
13	Reconoce cuando un medio de comunicación transmite opinión, donde se plasma un punto de vista.	X		X		X		
	Dimensión 2: TECNOLOGÍA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
14	Explica los efectos de vivir en la Aldea Global.	X		X		X		
15	Explica los efectos del teletrabajo.	X		X		X		
16	Explica los efectos de la fiebre de las redes sociales	X		X		X		
17	Explica los efectos de las adicciones que genera el uso excesivo de las TICs.	X		X		X		
18	Explica los efectos de la ciber militancia.	X		X		X		
19	Reconoce los riesgos relacionados con la información (acceso a información falsa, peligrosa, ilícita, entre otros).	X		X		X		
20	Reconoce los riesgos relacionados con la comunicación (mensajes fraudulentos, ofensivos, spam, entre otros).	X		X		X		
21	Reconoce los riesgos relacionados con actividades económicas (estafas, compras inducidas por publicidad, robos, entre otros).	X		X		X		
22	Reconoce los riesgos relacionados con adicciones (juego compulsivo, frecuentar redes sociales, entre otros).	X		X		X		
23	Produce una plataforma web educativa con videos didácticos y material multimedia.	X		X		X		
24	Produce una plataforma web educativa con documentos y enlaces a documentos en la web.	X		X		X		
25	Resolve problemas técnicos básico del hardware de los medios que utilizo.	X		X		X		

26	Resuelve problemas técnicos básicos del software de los medios que utilizo.	X		X		X		
27	Resuelve problemas técnicos de los medios que utilizo buscando la solución en internet (páginas web o YouTube).	X		X		X		
28	Aprovecha las tecnologías en el proceso de aprendizaje – enseñanza.	X		X		X		
29	Aprovecha la tecnología de almacenamientos de datos en mis objetivos didácticos.	X		X		X		
30	Aprovecha la tecnología en la gestión e implementación de cursos.							
	Dimensión 3: PROCESOS DE INTERACCIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
31	Explica por qué consumo de contenido mediático que me permite relacionarme con otras personas.	X		X		X		
32	Explica por qué consumo de contenido mediático que me permite estar informado.	X		X		X		
33	Explica por qué consumo contenido mediático que me entretienen.	X		X		X		
34	Explica por qué consumo contenido mediático para hacer hora o pasar el tiempo.	X		X		X		
35	Explica el modelo de negocio de la televisión (canal de televisión).	X		X		X		
36	Explica el modelo de negocio en YouTube (de los creadores de contenido).	X		X		X		
37	Organiza ideas y conocimientos previos para luego encontrar información que requiero en la web.	X		X		X		
38	Identifica de forma general la fuente de información y que esta sea pertinente.	X		X		X		
39	Realiza una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda.	X		X		X		
40	Valora el contenido de información obtenido en la red. Si no son pertinentes realizo nuevas estrategias de búsqueda.	X		X		X		
41	Usa herramientas de apoyo (citas, contenidos y actualizaciones) para gestionar la información obtenida.	X		X		X		
42	Produce representaciones visuales de forma colaborativa en línea, utilizando herramientas en internet.	X		X		X		
43	Produce texto en línea de forma colaborativa utilizando notas, fichas, comentarios vinculados entre otros.	X		X		X		
44	Presenta una queja formal a la instancia correspondiente, frente a algún contenido mediático ofensivo	X		X		X		
45	Presenta una queja formal a la instancia correspondiente, por difusión de información falsa en un medio.	X		X		X		
	Dimensión 4: ESTÉTICA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
46	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad de la imagen.	X		X		X		
47	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del sonido.	X		X		X		
48	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del montaje (secuencia de la historia).	X		X		X		
49	Diseña una presentación multimedia que presente armonía de color y relación con el tema a presentar.	X		X		X		
50	Diseña una presentación multimedia usando plantillas por su composición y en relación con el tema a presentar.	X		X		X		

51	Identifica el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma horizontal (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
52	Identifica el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma vertical (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
53	Reconoce las influencias mutuas entre la literatura y las producciones culturales.	X		X		X		
54	Reconoce las influencias mutuas entre la música y las producciones culturales.	X		X		X		
55	Reconoce las influencias mutuas entre las artes corporales (danza, teatro) y las producciones culturales.	X		X		X		
56	Reconoce las influencias de las artes plásticas y las producciones culturales.	X		X		X		
57	Elabora contenido para producir alegría en mi audiencia.	X		X		X		
58	Elabora contenido para producir sorpresa en mi audiencia.	X		X		X		
	Dimensión 5: IDEOLOGÍA Y VALORES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
59	Explica aspectos legales básicos sobre la libre competencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
60	Explica aspectos legales básicos sobre la libertad de acceso de los medios en el Perú	X		X		X		
61	Explica aspectos legales básicos sobre principio de transparencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
62	Explica aspectos legales básicos sobre uso eficiente del espectro de los medios en el Perú.	X		X		X		
63	Explica aspectos legales básico sobre la neutralidad tecnológica, la no condición del uso de una determinada tecnología, de los medios en el Perú.	X		X		X		
64	Advierte el riesgo latente de la visibilidad de las actividades que realizo en la red.	X		X		X		
65	Advierte el riesgo latente de mi privacidad relacionada al robo, amenazas o utilización de información sin mi consentimiento en la red.	X		X		X		
66	Advierte el riesgo latente de mi reputación en la red.	X		X		X		
67	Advierte el riesgo latente que existe en la suplantación de identidad en la red.	X		X		X		
68	Reconoce mi capacidad de sentir las emociones que me trasmite los personajes o las historietas.	X		X		X		
69	Reconoce mi capacidad de adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar del personaje o las historietas y sus efectos.	X		X		X		
70	Reconoce la sensación de volverme uno de los personajes y parte de la historia.	X		X		X		
71	Reconoce mi vinculación con los personajes y el deseo de ser como ellos.	X		X		X		
72	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales verificando la fuente.	X		X		X		
73	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la fecha de su publicación y/o actualizaciones.	X		X		X		
74	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales verificando las fotos y videos publicados.	X		X		X		
75	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la expresión, el tono de la información y la ortografía.	X		X		X		

76	Advierte la influencia de los estereotipos de una publicidad en afianzar roles establecidos.	X		X		X		
77	Advierte los estereotipos en una publicidad en normalizar la violencia a determinadas personas.	X		X		X		
78	Advierte como puede afectar en la autoestima los estereotipos referidos en una publicidad.	X		X		X		
	Dimensión 6: PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
79	Define que es un medio de comunicación público.	X		X		X		
80	Enumera que medios de comunicación público existen en el país.	X		X		X		
81	Enumera seis cargos del equipo técnico encargado de realizar una película.	X		X		X		
82	Enumera dos cargos del equipo artístico encargo de realizar una película.	X		X		X		
83	Advierte el conflicto entre el deber público y los intereses privados en la información que emiten los medios.	X		X		X		
84	Advierte el conflicto donde existe la sospecha de un interés particular en la información que emiten los medios.	X		X		X		
85	Advierte el conflicto que puede originarse por los intereses de los que financian el medio, y la información que emitirán.	X		X		X		
86	Elabora un storyboard básico.	X		X		X		
87	Elabora un guion audiovisual (ordenados en escena, dialogo, música y tiempo).	X		X		X		
88	Busca y selecciona información para diseñar un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
89	Crea y produce información para un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
90	Comparte y se relaciona en un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: María Luisa Flores Urpe **DNI:** 07907869

Especialidad del validador: Dra. en Educación

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

3 de Julio del 2022



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Dimensión 1: LENGUAJES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Analiza el centro o foco principal de una imagen.	X		X			X	No queda claro si se refiere al enfoque de imagen técnico o al mensaje principal de la imagen. Quizás podrían agregar un ejemplo a los ítems que puedan parecer confusos.
2	Analiza a quien se dirige una imagen, según su grado de conocimiento.	X		X		X		
3	Analiza los valores e ideales considerados en la imagen.	X		X			X	Quizás podrían incluir una lista de valores para guiar al evaluado.
4	Utiliza los materiales impresos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
5	Utiliza materiales gráficos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.							
6	Utiliza materiales sonoros o auditivos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
7	Utiliza materiales audiovisuales como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
8	Elabora una rubrica global (compresión o dominio global) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
9	Elabora una rubrica analítica (desempeño, identificar fortalezas o debilidades) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
10	Produce un video con edición básica	X		X		X		
11	Produce un video con elementos básicos de narración audiovisual.	X		X			X	Tal vez la encuesta pueda ser muy larga y podrían eliminar algunas preguntas. Sugeriría testearla. De otro lado, el concepto narración audiovisual podría generar confusión.
12	Reconoce cuando un medio de comunicación informa una noticia, sin emitir juicio de valor y brinda datos concretos.	X		X		X		
13	Reconoce cuando un medio de comunicación transmite opinión, donde se plasma un punto de vista.	X		X		X		
	Dimensión 2: TECNOLOGÍA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
14	Explica los efectos de vivir en la Aldea Global.		X		X		X	
15	Explica los efectos del teletrabajo.	X		X		X		
16	Explica los efectos de la fiebre de las redes sociales	X		X		X		
17	Explica los efectos de las adicciones que genera el uso excesivo de las TICs.	X		X		X		
18	Explica los efectos de la ciber militancia.	X		X			X	Se sugiere definir ciber militancia en el instrumento para no confundir al encuestado.
19	Reconoce los riesgos relacionados con la información (acceso a información falsa, peligrosa, ilícita, entre otros).	X		X			X	Poner ejemplos.
20	Reconoce los riesgos relacionados con la comunicación (mensajes fraudulentos, ofensivos, spam, entre otros).	X		X			X	Poner ejemplos.
21	Reconoce los riesgos relacionados con actividades económicas (estafas, compras inducidas por publicidad, robos, entre otros).	X		X		X		
22	Reconoce los riesgos relacionados con adicciones (juego compulsivo, frecuentar redes sociales, entre otros).	X		X		X		

23	Produce una plataforma web educativa con videos didácticos y material multimedia.	X		X		X		
24	Produce una plataforma web educativa con documentos y enlaces a documentos en la web.	X		X		X		
25	Resuelve problemas técnicos básico del hardware de los medios que utilizo.	X		X		X		
26	Resuelve problemas técnicos básicos del software de los medios que utilizo.	X		X		X		
27	Resuelve problemas técnicos de los medios que utilizo buscando la solución en internet (páginas web o YouTube).	X		X		X		
28	Aprovecha las tecnologías en el proceso de aprendizaje – enseñanza.	X		X		X		
29	Aprovecha la tecnología de almacenamientos de datos en mis objetivos didácticos.	X		X		X		
30	Aprovecha la tecnología en la gestión e implementación de cursos.	X		X		X		
	Dimensión 3: PROCESOS DE INTERACCIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
31	Explica por qué consumo de contenido mediático que me permite relacionarme con otras personas.	X		X			X	Corregir redacción
32	Explica por qué consumo de contenido mediático que me permite estar informado.	X		X			X	Corregir redacción
33	Explica por qué consumo contenido mediático que me entretienen.	X		X			X	Corregir redacción
34	Explica por qué consumo contenido mediático para hacer hora o pasar el tiempo.	X		X			X	Corregir redacción
35	Explica el modelo de negocio de la televisión (canal de televisión).	X		X		X		
36	Explica el modelo de negocio en YouTube (de los creadores de contenido).	X		X		X		
37	Organiza ideas y conocimientos previos para luego encontrar información que requiero en la web.	X		X		X		
38	Identifica de forma general la fuente de información y que ésta sea pertinente.	X		X		X		
39	Realiza una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda.	X		X		X		
40	Valora el contenido de información obtenido en la red. Si no son pertinentes realizo nuevas estrategias de búsqueda.	X		X		X		
41	Usa herramientas de apoyo (citas, contenidos y actualizaciones) para gestionar la información obtenida.	X		X		X		
42	Produce representaciones visuales de forma colaborativa en línea, utilizando herramientas en internet.	X		X		X		
43	Produce texto en línea de forma colaborativa utilizando notas, fichas, comentarios vinculados entre otros.	X		X		X		
44	Presenta una queja formal a la instancia correspondiente, frente a algún contenido mediático ofensivo	X		X		X		
45	Presenta una queja formal a la instancia correspondiente, por difusión de información falsa en un medio.	X		X		X		
	Dimensión 4: ESTÉTICA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
46	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad de la imagen.	X		X			X	Definir qué es calidad técnica de grabación de imagen (desenfoque, encuadre, color).
47	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del sonido.	X		X		X		

48	Reconoce en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del montaje (secuencia de la historia).	X		X		X		
49	Diseña una presentación multimedia que presente armonía de color y relación con el tema a presentar.	X		X		X		
50	Diseña una presentación multimedia usando plantillas por su composición y en relación con el tema a presentar.	X		X		X		
51	Identifica el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma horizontal (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
52	Identifica el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma vertical (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
53	Reconoce las influencias mutuas entre la literatura y las producciones culturales.	X		X		X		
54	Reconoce las influencias mutuas entre la música y las producciones culturales.	X		X		X		
55	Reconoce las influencias mutuas entre las artes corporales (danza, teatro) y las producciones culturales.	X		X		X		
56	Reconoce las influencias de las artes plásticas y las producciones culturales.	X		X		X		
57	Elabora contenido para producir alegría en mi audiencia.	X		X		X		
58	Elabora contenido para producir sorpresa en mi audiencia.	X		X		X		
	Dimensión 5: IDEOLOGÍA Y VALORES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
59	Explica aspectos legales básicos sobre la libre competencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
60	Explica aspectos legales básicos sobre la libertad de acceso de los medios en el Perú	X		X		X		
61	Explica aspectos legales básicos sobre principio de transparencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
62	Explica aspectos legales básicos sobre uso eficiente del espectro de los medios en el Perú.	X		X		X		
63	Explica aspectos legales básico sobre la neutralidad tecnológica, la no condición del uso de una determinada tecnología, de los medios en el Perú.	X		X		X		
64	Advierte el riesgo latente de la visibilidad de las actividades que realizo en la red.	X		X		X		
65	Advierte el riesgo latente de mi privacidad relacionada al robo, amenazas o utilización de información sin mi consentimiento en la red.	X		X		X		
66	Advierte el riesgo latente de mi reputación en la red.	X		X		X		
67	Advierte el riesgo latente que existe en la suplantación de identidad en la red.	X		X		X		
68	Reconoce mi capacidad de sentir las emociones que me trasmite los personajes o las historietas.	X		X		X		
69	Reconoce mi capacidad de adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar del personaje o las historietas y sus efectos.	X		X		X		
70	Reconoce la sensación de volverme uno de los personajes y parte de la historia.	X		X		X		
71	Reconoce mi vinculación con los personajes y el deseo de ser como ellos.	X		X		X		
72	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales verificando la fuente.	X		X		X		

73	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la fecha de su publicación y/o actualizaciones.	X		X		X		
74	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales verificando las fotos y videos publicados.	X		X		X		
75	Contrasta la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la expresión, el tono de la información y la ortografía.	X		X		X		
76	Advierte la influencia de los estereotipos de una publicidad en afianzar roles establecidos.	X		X		X		
77	Advierte los estereotipos en una publicidad en normalizar la violencia a determinadas personas.	X		X		X		
78	Advierte como puede afectar en la autoestima los estereotipos referidos en una publicidad.	X		X		X		
	Dimensión 6: PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
79	Define que es un medio de comunicación público.	X		X		X		
80	Enumera que medios de comunicación público existen en el país.	X		X		X		
81	Enumera seis cargos del equipo técnico encargado de realizar una película.	X		X		X		
82	Enumera dos cargos del equipo artístico encargo de realizar una película.	X		X		X		
83	Advierte el conflicto entre el deber público y los intereses privados en la información que emiten los medios.	X		X		X		
84	Advierte el conflicto donde existe la sospecha de un interés particular en la información que emiten los medios.	X		X		X		
85	Advierte el conflicto que puede originarse por los intereses de los que financian el medio, y la información que emitirán.	X		X		X		
86	Elabora un storyboard básico.	X		X		X		
87	Elabora un guion audiovisual (ordenados en escena, dialogo, música y tiempo).	X		X		X		
88	Busca y selecciona información para diseñar un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
89	Crea y produce información para un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
90	Comparte y se relaciona en un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): En general se percibe suficiencia. La sugerencia en general es ser más claros con el uso de algunos conceptos y, de preferencia, incluir pequeños ejemplos en cada ítem, a fin que los encuestados tengan claridad. Se recomienda mucha atención en la etapa de testeo del instrumento.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [ ]** **Aplicable después de corregir [X]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg**: Wilfredo David Cornejo Alva** **DNI: 42399637**

Especialidad del validador: Licenciado en Comunicador social. Magíster en Gerencia Social y en Gestión Pública.

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

10 de julio del 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Dimensión 1: LENGUAJES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Analizar el centro o foco principal de una imagen.	X		X		X		
2	Analizar a quien se dirige una imagen, según su grado de conocimiento.	X		X		X		
3	Analizar los valores e ideales considerados en la imagen.	X		X		X		
4	Utilizar los materiales impresos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
5	Utilizar materiales gráficos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
6	Utilizar materiales sonoros o auditivos como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
7	Utilizar materiales audiovisuales como material didáctico, aprovechando sus signos y reglas.	X		X		X		
8	Elaborar una rubrica global (compresión o dominio global) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
9	Elaborar una rubrica analítica (desempeño, identificar fortalezas o debilidades) de un video o blog hecho por alumnos.	X		X		X		
10	Producir un video con edición básica	X		X		X		
11	Producir un video con elementos básicos de narración audiovisual.	X		X		X		
12	Reconocer cuando un medio de comunicación informa una noticia, sin emitir juicio de valor y brinda datos concretos.	X		X		X		
13	Reconocer cuando un medio de comunicación transmite opinión, donde se plasma un punto de vista.	X		X		X		
	Dimensión 2: TECNOLOGÍA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
14	Explicar los efectos de vivir en la Aldea Global.	X		X		X		
15	Explicar los efectos del teletrabajo.	X		X		X		
16	Explicar los efectos de la fiebre de las redes sociales	X		X		X		
17	Explicar los efectos de las adicciones que genera el uso excesivo de las TICs.	X		X		X		
18	Explicar los efectos de la ciber militancia.	X		X		X		
19	Reconocer los riesgos relacionados con la información (acceso a información falsa, peligrosa, ilícita, entre otros).	X		X		X		
20	Reconocer los riesgos relacionados con la comunicación (mensajes fraudulentos, ofensivos, spam, entre otros).	X		X		X		
21	Reconocer los riesgos relacionados con actividades económicas (estafas, compras inducidas por publicidad, robos, entre otros).	X		X		X		
22	Reconocer los riesgos relacionados con adicciones (juego compulsivo, frecuentar redes sociales, entre otros).	X		X		X		
23	Producir una plataforma web educativa con videos didácticos y material multimedia.	X		X		X		
24	Producir una plataforma web educativa con documentos y enlaces a documentos en la web.	X		X		X		

25	Resolver problemas técnicos básico del hardware de los medios que utilizo.	X		X		X		
26	Resolver problemas técnicos básicos del software de los medios que utilizo.	X		X		X		
27	Resolver problemas técnicos de los medios que utilizo buscando la solución en internet (páginas web o YouTube).	X		X		X		
28	Aprovechar las tecnologías en el proceso de aprendizaje – enseñanza.	X		X		X		
29	Aprovechar la tecnología de almacenamientos de datos en mis objetivos didácticos.	X		X		X		
30	Aprovechar la tecnología en la gestión e implementación de cursos.							
	Dimensión 3: PROCESOS DE INTERACCIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
31	Explicar por qué consumo de contenido mediático que me permite relacionarme con otras personas.	X		X		X		Retirar la preposición "de".
32	Explicar por qué consumo de contenido mediático que me permite estar informado.	X		X		X		Retirar la preposición "de".
33	Explicar por qué consumo contenido mediático que me entretienen.	X		X		X		
34	Explicar por qué consumo contenido mediático para hacer hora o pasar el tiempo.	X		X		X		
35	Explicar el modelo de negocio de la televisión (canal de televisión).	X		X		X		
36	Explicar el modelo de negocio en YouTube (de los creadores de contenido).	X		X		X		
37	Organizar ideas y conocimientos previos para luego encontrar información que requiero en la web.	X		X		X		
38	Identificar de forma general la fuente de información y que esta sea pertinente.	X		X		X		
39	Realizar una búsqueda experta de información en la red, ya que conozco técnicas de búsqueda.	X		X		X		
40	Valorar el contenido de información obtenido en la red. Si no son pertinentes realizo nuevas estrategias de búsqueda.	X		X		X		
41	Usar herramientas de apoyo (citas, contenidos y actualizaciones) para gestionar la información obtenida.	X		X		X		
42	Producir representaciones visuales de forma colaborativa en línea, utilizando herramientas en internet.	X		X		X		
43	Producir texto en línea de forma colaborativa utilizando notas, fichas, comentarios vinculados entre otros.	X		X		X		
44	Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, frente a algún contenido mediático ofensivo	X		X		X		
45	Presentar una queja formal a la instancia correspondiente, por difusión de información falsa en un medio.	X		X		X		
	Dimensión 4: ESTÉTICA	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
46	Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad de la imagen.	X		X		X		
47	Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del sonido.	X		X		X		
48	Reconocer en una producción audiovisual la deficiencia de la calidad del montaje (secuencia de la historia).	X		X		X		
49	Diseñar una presentación multimedia que presente armonía de color y relación con el tema a presentar.	X		X		X		

50	Diseñar una presentación multimedia usando plantillas por su composición y en relación con el tema a presentar.	X		X		X		
51	Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma horizontal (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
52	Identificar el encuadre incorrecto en una fotografía tomada de forma vertical (el encuadre es el marco en que se circunscribe la toma fotográfica).	X		X		X		
53	Reconocer las influencias mutuas entre la literatura y las producciones culturales.	X		X		X		
54	Reconocer las influencias mutuas entre la música y las producciones culturales.	X		X		X		
55	Reconocer las influencias mutuas entre las artes corporales (danza, teatro) y las producciones culturales.	X		X		X		
56	Reconocer las influencias de las artes plásticas y las producciones culturales.	X		X		X		
57	Elaborar contenido para producir alegría en mi audiencia.	X		X		X		
58	Elaborar contenido para producir sorpresa en mi audiencia.	X		X		X		
	Dimensión 5: IDEOLOGÍA Y VALORES	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
59	Explicar aspectos legales básicos sobre la libre competencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
60	Explicar aspectos legales básicos sobre la libertad de acceso de los medios en el Perú	X		X		X		
61	Explicar aspectos legales básicos sobre principio de transparencia de los medios en el Perú.	X		X		X		
62	Explicar aspectos legales básicos sobre uso eficiente del espectro de los medios en el Perú.	X		X		X		
63	Explicar aspectos legales básico sobre la neutralidad tecnológica, la no condición del uso de una determinada tecnología, de los medios en el Perú.	X		X		X		
64	Advertir el riesgo latente de la visibilidad de las actividades que realizo en la red.	X		X		X		
65	Advertir el riesgo latente de mi privacidad relacionada al robo, amenazas o utilización de información sin mi consentimiento en la red.	X		X		X		
66	Advertir el riesgo latente de mi reputación en la red.	X		X		X		
67	Advertir el riesgo latente que existe en la suplantación de identidad en la red.	X		X		X		
68	Reconocer mi capacidad de sentir las emociones que me trasmite los personajes o las historietas.	X		X		X		
69	Reconocer mi capacidad de adoptar el punto de vista o ponerse en el lugar del personaje o las historietas y sus efectos.	X		X		X		
70	Reconocer la sensación de volverme uno de los personajes y parte de la historia.	X		X		X		
71	Reconocer mi vinculación con los personajes y el deseo de ser como ellos.	X		X		X		
72	Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales verificando la fuente.	X		X		X		
73	Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la fecha de su publicación y/o actualizaciones.	X		X		X		
74	Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales verificando las fotos y videos publicados.	X		X		X		

75	Contrastar la fiabilidad de la información en medios digitales revisando la expresión, el tono de la información y la ortografía.	X		X		X		
76	Advertir la influencia de los estereotipos de una publicidad en afianzar roles establecidos.	X		X		X		
77	Advertir los estereotipos en una publicidad en normalizar la violencia a determinadas personas.	X		X		X		
78	Advertir como puede afectar en la autoestima los estereotipos referidos en una publicidad.	X		X		X		
	Dimensión 6: PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
79	Definir qué es un medio de comunicación público.	X		X		X		
80	Enumerar qué medios de comunicación público existen en el país.	X		X		X		
81	Enumerar seis cargos del equipo técnico encargado de realizar una película.	X		X		X		
82	Enumerar dos cargos del equipo artístico encargo de realizar una película.	X		X		X		
83	Advertir el conflicto entre el deber público y los intereses privados en la información que emiten los medios.	X		X		X		
84	Advertir el conflicto donde existe la sospecha de un interés particular en la información que emiten los medios.	X		X		X		
85	Advertir el conflicto que puede originarse por los intereses de los que financian el medio, y la información que emitirán.	X		X		X		
86	Elaborar un storyboard básico.	X		X		X		
87	Elaborar un guion audiovisual (ordenados en escena, dialogo, música y tiempo).	X		X		X		
88	Buscar y seleccionar información para diseñar un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
89	Crear y producir información para un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		
90	Compartir y relacionarme en un entorno personal de aprendizaje (PLE).	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia para medir la dimensión.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Lic: Vásquez Rojas, Lider **DNI:** 10489986

Especialidad del validador: Periodismo

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

1 de Julio del 2023



Firma del Experto Informante.

Anexo 3

UNMSM

Firmado digitalmente por LIÑAN MORILLO Jacquelin Paula FAU 20148092282 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.10.2023 13:27:06 -05:00

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE EDUCACIÓN
UNIDAD DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

Lima, 04 de Octubre del 2023

INFORME N° 000003-2023-UEI-FE/UNMSM

De: ***«JACQUELIN PAULA LIÑAN MORILLO»***
«JEFA DE LA UNIDAD DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA »

A: ***MIGUEL GERARDO INGA ARIAS***
DECANO DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN

Asunto: Remito Informe sobre número de alumnos del segundo año – Ingresantes 2022 - Facultad de Educación.
SOLICITUD SIMPLE - FE - COD: 16061235 - DOC: 43534266.

Referencia: PROVEÍDO N° 003527-2023-D-FE/UNMSM (03OCT2023)

Por el presente, en atención al documento de la referencia remito informe sobre el número de estudiantes ingresantes 2022 de los programas y especialidades de la Facultad de Educación, de la Escuela Profesional de Educación y Educación Física, tal como se detalla:

PERÍODO ACADÉMICO 2023-2

Escuela Profesional de Educación

ESPECIALIDAD	CANTIDAD
0	2
1	35
3	59
4	18
5	32
11	40
12	57
18	10
22	41
TOTAL	294

Fuente: Sistema Único de Matrícula – SUM

Escuela Profesional de Educación Física

ESPECIALIDAD	CANTIDAD
E.P.E. F	140
TOTAL	140

Leyenda	
Cód-Esp	Asignatura
0	Estudios Generales
1	Matemática y Física
3	Historia y Geografía
4	Biología y Química
5	Inglés y Castellano
11	Educación Inicial
12	Educación Primaria
18	Filosofía, Tutoría y Ciencias Sociales
22	Lenguaje, Literatura y Comunicación

Es todo cuanto informo para los fines consiguientes

Atentamente,

JACQUELIN PAULA LIÑAN MORILLO
JEFA DE LA UNIDAD DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

JLM

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://spsgd.unmsm.edu.pe/verifica/inicio.do** e ingresando el siguiente código de verificación: **BHRXVYA**

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
Problema general ¿Cuál es la dimensión predominante en la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023? **Problema específico** • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión lenguajes, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023? • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año, especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023? • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año, especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023? • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año, especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM□2023? • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año, especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023? • ¿Cuál es el indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año, especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023	**Objetivo general** Determinar la dimensión predominante en la competencia mediática de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. **Objetivos específicos** • Determinar el indicador predominante en la dimensión lenguaje, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. • Determinar el indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. • Determinar el indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. • Determinar el indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. • Determinar el indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023. • Determinar el indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023.	**Hipótesis general** La dimensión predominante en la competencia mediática, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es tecnología. **Hipótesis específicas** • El indicador predominante en la dimensión lenguaje, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es analizar la connotación de cualquier plano o ángulo en una imagen. • El indicador predominante en la dimensión tecnología, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es reconocer los riesgos tecnológicos latentes del entorno digital (correos fraudulentos, software malicioso, etc.) • El indicador predominante en la dimensión proceso de interacción, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es producir texto (impreso o visual) de forma colaborativa utilizando herramientas en línea. • El indicador predominante en la dimensión estética, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es diseñar una presentación multimedia con estándares estéticos (armonía, composición, etc.) • El indicador predominante en la dimensión ideología y valores, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación UNMSM-2023, es advertir los riesgos latentes en la red vinculados a la privacidad o la identidad digital. • El indicador predominante en la dimensión producción y difusión, de los estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, Facultad de Educación – UNMSM, 2023, es advertir conflictos que se puedan crear entre los intereses de los propietarios de un medio, los que lo financian y la información que emiten.

<table>
<tr><th>VARIABLE / DIMENSIONES</th><th>MÉTODO / DISEÑO</th><th>POBLACIÓN/MUESTRA</th><th>TÉCNICA E INSTRUMENTO</th><th>RESULTADOS</th></tr>
<tr>
<td>Variable
Competencia mediática
<table>
<tr><th>Dimensiones</th><th>Ítems</th></tr>
<tr><td>Lenguaje</td><td>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13</td></tr>
<tr><td>Tecnología</td><td>14, 15, 16, 17, 18 ,19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 y 29</td></tr>
<tr><td>Proceso de interacción</td><td>30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43 y 44</td></tr>
<tr><td>Estética</td><td>45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56 y 57</td></tr>
<tr><td>Ideología y valores</td><td>58, 59, 60, 61, 62, 63,64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76 y 77</td></tr>
<tr><td>Producción y difusión</td><td>78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88 y 89</td></tr>
</table>
</td>
<td>Enfoqué: Cuantitativo
Tipo de investigación: Teórica
Diseño: No experimental / transversal
Nivel: Descriptivo</td>
<td>Muestra de 131 estudiantes del segundo año de la especialidad de secundaria, de la Facultad de Educación-UNMSM</td>
<td>Técnica: Encuesta
Instrumento: Cuestionario</td>
<td>Descriptivo:
Mediante frecuencias y porcentajes

Inferencia:
Mediante estadígrafos paramétricos y no paramétricos. Se determina la prueba de normalidad a partir de la prueba Kolmogorov Smirnov. Si los resultados son “no normales”, se realizará la contrastación de la hipótesis mediante la regresión logística; si son “normales”, se realizará mediante la regresión lineal.</td>
</tr>
</table>

Sujeto	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	Item 28	Item 29
1	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	2	2	3	3	4	5	4	3
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4
3	4	1	1	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	2	2	3	1	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4
5	4	4	3	4	4	5	5	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3
6	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
7	5	3	4	5	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3
8	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	3	4	5	2	4	4	2	3	2	4	4	1	2	2	2	4	5	3	4
9	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4
10	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
11	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4
13	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4
14	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
16	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5
17	4	4	3	4	5	4	5	2	3	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	5
18	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4
19	4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
20	4	5	3	4	5	5	5	3	3	2	1	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4
21	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	5	5	4	4
22	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	5
23	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	2	2
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	1	1	4	5	4	4
28	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
30	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5
32	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	3	5	5	5	5
33	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	1	1
34	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	4	1	3	2	3	2	2
35	5	4	4	3	3	4	4	2	2	3	4	1	4	2	2	2	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2	4	5	3
36	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
37	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	3	5	2	4	4	4	3	4	3	5	2	3	1	1	4	4	4	4
38	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	2	3	2	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	4
40	4	4	4	3	5	4	4	3	3	1	1	5	5	3	2	3	5	5	4	4	3	4	4	1	1	4	4	3	2
41	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5
42	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4	3
44	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	3	3	5	5	5	4
45	4	4	5	5	5	3	5	3	3	2	2	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
46	4	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4
47	1	2	2	2	1	1	1	2	2	5	5	1	1	3	2	2	3	1	2	1	1	4	4	4	4	2	2	2	2
48	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4

50	5	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4
51	4	3	4	5	4	4	5	3	3	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4
52	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4
53	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5
55	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5	2	3	4	2	4	4	4	4	5	4	3	1	1	1	4	4
56	5	5	5	4	4	5	4	2	2	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
57	3	4	3	4	4	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	4	4	1	1	4	4	5	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5
59	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4
60	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5
62	5	5	5	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4
65	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
66	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	2	4	5	4	5
67	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4
69	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
71	4	2	2	5	5	5	5	4	4	5	5	2	4	3	3	5	5	5	5	2	3	4	4	2	2	3	5	4	3
72	2	2	2	3	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	2	2	3	3	4	4	3	4
73	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	2	2	3	3	4	5	5	5
74	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
76	3	4	1	3	4	2	2	1	1	3	5	5	5	1	1	2	1	3	4	3	4	1	1	4	4	5	3	4	3
77	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
78	4	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4
82	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	2	3	1	1	4	4	4	4
83	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
84	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	1	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	2	4	4	4	4
85	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5	5
86	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	4	2	1	3	3	3	2	2	2	3
87	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4
88	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	2	2	3	4	5	4
89	3	4	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	5	5	4
90	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	3	2	3	4	4	4	4
91	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
93	5	5	4	4	4	3	5	4	4	2	4	5	5	5	4	5	1	4	4	2	2	5	5	1	1	1	5	5	5
94	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
96	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3
98	4	3	4	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	2	3	4	5	5	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4

Item 30	Item 31	Item 32	Item 33	Item 34	Item 35	Item 36	Item 37	Item 38	Item 39	Item 40	Item 41	Item 42	Item 43	Item 44	Item 45	Item 46	Item 47	Item 48	Item 49	Item 50	Item 51	Item 52	Item 53	Item 54	Item 55	Item 56	Item 57	Item 58	Item 59
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3	2
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	1	1	3	4	4	2	5	5	4	5
3	3	3	2	2	2	3	2	5	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	1	1
4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3
3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2	1	2	3	2	3	4	2	2	2
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4
4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4
3	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	2	3	5	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
5	5	5	3	5	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5
3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	1	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	1	3	5	5	2	4	5	3	5	2	2	4	4	3	4	5	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	3	5	5	4	3	5	5	3	2	5	5	5	3	3	3	4	2	3	4	4
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
4	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2
3	3	3	3	2	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	1	1	2	4	3	3	4	5	5	2	1	3	4	3	4	2	4	4	5	5	4	2	4	5	2	3
4	3	4	2	4	4	2	4	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
2	2	3	1	1	1	3	4	3	5	3	2	4	2	2	5	5	3	3	2	1	2	4	4	3	4	1	1	2	2
4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	1	1	
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	3
5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2
3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	2	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4
5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	2	2	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3

4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	1	1	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	1	1
5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4
2	3	3	4	1	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2
5	5	5	5	3	5	4	3	3	5	5	5	5	1	1	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4
5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2
5	5	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	2	3	5	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	4	2	2	4	4	3	2	5	5	5	5
5	5	5	5	1	1	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	5	5	4	3	5	3	3	4	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	4	4	2	1	1	2	1	2	2	3	4	3	1	1	5	5	3	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3	5	5	5	5	3	4	5	5
3	4	4	4	3	1	5	3	2	2	4	3	3	1	1	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	1	2
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3
5	5	5	5	2	3	3	2	3	3	3	4	5	1	1	2	4	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2
5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	2	3	5	5	5	4	5	5	4	3
4	4	4	5	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	5	5	5	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5	2	2
2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	5	5	4	3	5	5
4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4
3	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	2	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	2	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2	4	5	5	2	5	5	4	4
4	4	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4	2	1	5	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	2	2
4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	3	2	2	3	3	3	3
4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	2	
5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	4	3	3	4	2	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	2	2
5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2

Item 60	Item 61	Item 62	Item 63	Item 64	Item 65	Item 66	Item 67	Item 68	Item 69	Item 70	Item 71	Item 72	Item 73	Item 74	Item 75	Item 76	Item 77	Item 78	Item 79	Item 80	Item 81	Item 82	Item 83	Item 84	Item 85	Item 86	Item 87	Item 88	Item 89
2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	5	5	5	5	5	4	3	5	2	5	5	5	5	5	5	3	5	1	1	5	5	3	5	4	3	4	5
1	1	2	3	3	4	4	4	4	1	3	3	2	3	3	4	4	5	3	3	2	1	3	4	3	1	2	2	2	3
3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	3	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	5	5	4	3	2	2	4	4	4	2	3	4	3	3
3	4	3	2	4	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	1	3	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4
3	3	3	3	2	2	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	5	5	4	4	2	2	5	4	5	1	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	2	3	3	5	4	3	4	5	4	4
4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5
2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3
5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	3	3
2	3	2	4	5	4	4	4	3	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	5	1	1	4	5	5	1	4	2	2	2
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	2	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	5	5	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	3	3	4	2	2	3	4	3	1	2	2	3	3
4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	2	4	3	2
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5
2	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	1	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4
3	3	2	3	1	3	4	2	5	3	3	4	4	2	4	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
2	3	2	1	4	4	5	1	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	1	1	4	5	5	1	1	2	2	3
2	2	2	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	1	1	2	1	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	1	1	3	3	3	1	1	2	2	2
3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3
2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	3	1	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2
4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2

3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
2	1	2	1	2	2	1	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	3	2	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3
1	1	1	2	1	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	1	2	2	3	2	1	2	1	1	4	3	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	4	3	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4
3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	3	4	4	4	3
2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2
4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	5	2	1	1	1	3	3	4	2	1	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4
3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	1	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
1	1	1	2	2	2	2	3	3	1	2	3	4	1	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	4	3	3	4
2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	2	2	3	4	4	4	2	4	3	3	3
4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	2
3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	5
2	2	2	3	4	4	3	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	1	1	3	4	4	1	2	3	4	4
4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
5	5	5	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	2	2	4	3	5	3	3	2	2	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	5	5	3	4	3	3	3
5	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4
2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	1	4	1
3	3	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	2	2	3	3	1	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	2	2	3	3	4
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	1
4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
2	2	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	2	1	1	1	4	3	1	3	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4

3	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2
3	3	4	4	4	5	5	4	3	2	3	3	5	5	5	4	4	5	3	2	2	2	1	1	2	1	4	2	2	2
3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	3	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	5	5	5	5
2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3
2	2	1	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4
2	2	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3
4	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	3	5	5	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	4	1	2	5	1	1	5	5	5	2	2	2	2	2
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
5	2	3	4	4	3	5	2	2	3	4	5	5	5	3	4	2	2	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	2
2	2	1	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	2	4	2	3	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	4	4	3	4	4	2	4	5	5	4	4	2	3	3	3
2	2	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	2	2	5	5	4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3

5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	1	1	4	4	4	4
4	5	4	3	3	3	4	4	3	5	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	1	1	3	2	3	2	2	4	2	3
4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
2	4	4	4	2	2	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
3	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5
3	3	3	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	1	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	3	5	5	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	2	2	2	4	4	5	5	5	5	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	2	4	5	4	5	4	4	5	2	2	3	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	1	1	4	3	5	5
3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	3	2
4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

108	4	3	3	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	2	4
109	4	5	5	3	4	2	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3	2	5	5	5	5	3	3	2	2	4	5	3	4
110	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3
111	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
112	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4
113	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	3	3	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
116	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
117	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
118	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4
119	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
123	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	2	5	3	4	5	5	4	4	2	2	3	3	4	4	5	4	4
124	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
125	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	5	5	5	5	5
126	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
127	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
128	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
129	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
131	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3