

LAS DESCARGAS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN INTERNET ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Juliana Duarte-Hueros, Badajoz (España)

Ana Duarte-Hueros, Huelva (España)

Soledad Ruano-López, Badajoz (España)

<https://doi.org/10.3916/C48-2016-05>

INTRODUCCIÓN



La descarga de contenidos es una conducta en auge extendida por todo el mundo.



Actitudes y formación de los universitarios ante las descargas ilegales y la situación legal de las mismas.



Realidad poco explorada y escasamente tratada desde una perspectiva científica en nuestro contexto

METODOLOGÍA



Muestra estudiantes:

- Comunicación audiovisual
- Educación primaria
- Educación Social

Cuestionario

Datos personales y demográficos	Género, estudios, centro, situación profesional y económica
Uso de recursos TIC y su vinculación con las descargas	8 ítems relativos a la disponibilidad de medios tecnológicos; al uso de esos medios para la descarga de contenidos, y para su visualización in-streaming (en línea) en Internet; tipos de descarga que realizan; hábitos de «compartir y recomendar» que mantienen.
Conocimientos y habilidades ante la piratería	2 ítems sobre autopercepción de sus habilidades y conocimientos informáticos ante la descarga no autorizada de series y películas en Internet.
Actitudes y motivos	5 ítems sobre su actitud y motivos de su comportamiento de descarga sin autorización en Internet en el caso de que éste existiera.
Conocimiento y formación legal	12 cuestiones sobre grado de conocimiento y formación sobre la legislación vigente relativa a las descargas gratuitas de series y/o películas sin autorización. Así como de la compra-venta sin licencia (top-manta) de archivos pirateados y de las sanciones correspondientes.
Ética	5 ítems sobre consideraciones de tipo ético sobre la piratería en general (descarga, compra y venta).

RESULTADOS

Los estudiantes encuestados afirman que las descargas que realizan son mayoritariamente «piratas»:

El 67,03% de los encuestados decían descargar contenidos «piratas» –gratuitos, sin autorización del autor–, seguidos por los productos «gratuitos» –con autorización del autor– con un 13,19%.

Práctica asentada entre los universitarios, que tienen actitudes claramente favorables hacia ella pero que prestan escasa importancia a cuestiones éticas y legales ante las descargas no legales, además de tener muy baja formación en estas cuestiones.

CONCLUSIONES



Los resultados sugieren la necesidad de poner en marcha acciones educomunicativas para mejorar sus competencias informacionales y digitales.

Formación orientada al empoderamiento ante los medios

Comunicar

www.revistacomunicar.com