

## **Competencias mediáticas**

### **Diagnóstico entre estudiantes de nivel secundario del Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina\***

Bacher Silvia, Bordignon Fernando, Fontao Mariano, Grosso, Tamara,  
Molek, Nadia, Pereyra, Ana<sup>†</sup>

#### **Resumen:**

El presente artículo se propone presentar los resultados de una investigación de carácter exploratorio cuyo diagnóstico permita conocer el grado de Competencias Mediáticas de estudiantes de 14 y 17 años, que cursan el nivel secundario en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). La misma se realiza en el marco de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación "Alfamed".<sup>i</sup>

Este estudio incluyó un trabajo etnográfico<sup>ii</sup> que permitió ahondar en el análisis de los datos cuantitativos. El puntaje total medio alcanzado por los estudiantes fue de 18.58 puntos sobre un total de 42 puntos. Esto parece indicar que, en general, los estudiantes poseen un valor medio de competencia mediática, pero que aún les falta desarrollar saberes y habilidades que les permitan interactuar de manera plena con el mundo que habitan, en definitiva, constituirse en ciudadanos autónomos desde la infancia.

---

\* Este trabajo se realizó en una alianza establecida entre tres instituciones: Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires (UNIPE) (1); Organización de Estados Iberoamericanos (OEI); con coordinación de Las Otras Voces. Comunicación para la Democracia (LOV) (2).

<sup>†</sup> Silvia Bacher es Autora de *Tatuados por los Medios, Dilemas de la Educación en la Era Digital* y de *Diálogos sobre comunicación y juventud*, entre otros. Profesora en Letras. Magister en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales. UBA. E-mail: [silvia@lasotrasvoces.org.ar](mailto:silvia@lasotrasvoces.org.ar)  
Fernando Bordignon es Profesor Asociado Ordinario del Departamento de Tecnología en la Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires (UNIPE). Director del Laboratorio de investigación y Formación en Nuevas Tecnologías Informáticas Aplicadas a la Educación en la UNIPE. E-mail: [fernando.bordignon@ba.unipe.edu.ar](mailto:fernando.bordignon@ba.unipe.edu.ar)  
Mariano Fontao es Director de Comunicación Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires Maestría en Políticas y Administración de la Educación Untref En curso Licenciado en Publicidad. UCES. E-mail: [mariano.fontao@ba.unipe.edu.ar](mailto:mariano.fontao@ba.unipe.edu.ar)  
Tamara Grosso es estudiante de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires con orientación en Políticas Públicas de Comunicación. E-mail: [tamaradgrosso@gmail.com](mailto:tamaradgrosso@gmail.com)  
Nadia Molek es Miembro del LabTIC UNIPE. Profesora adjunta en la Universidad del Salvador. Doctoranda en Cs. Antropológicas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. E-mail: [nadia.molek@ba.unipe.edu.ar](mailto:nadia.molek@ba.unipe.edu.ar)  
Ana Pereyra es Licenciada en Sociología (UBA, 1989), Magister en Ciencia Política (Idaes – UNSAM, 2008) y Dra. en Ciencias Sociales (Flacso, 2008). E-mail: [ana.pereyra@ba.unipe.edu.ar](mailto:ana.pereyra@ba.unipe.edu.ar)

**Palabras Claves** Competencia mediática, estudiantes, escuela secundaria

### **Abstract**

This article intends to present the results of an investigation of exploratory character whose diagnosis tries to determine the media literacy level of students from 14 to 17 years, enrolled in the secondary education in the Metropolitan Area of Buenos Aires (AMBA) a. This investigation was done in the framework of the Interuniversity Research Network Euroamericana "Alfamed".

This study included an ethnographic work that allowed enrich research to deepen the analysis of quantitative data. The average score achieved by students was 18.58 points out of a total of 42 points. At first, this seems to indicate that, in general, students have an average value of media competence, but have yet to develop knowledge and skills to engage fully and independently with the world they inhabit, ultimately, become autonomous citizens from childhood.

**Key words** Media competence, Students, Secondary school

### **Introducción**

El presente artículo presenta los resultados exploratorios de la investigación "Diagnóstico de Competencias Mediáticas entre estudiantes de 14 y 17 años, nivel secundario del AMBA (Área Metropolitana de Buenos Aires)-Argentina", realizada en el marco de trabajos de investigación conjuntos con la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación "Alfamed".

En esta investigación se comprende a los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) desde la perspectiva de las transformaciones que se evidencian en la emergencia de un "ecosistema comunicativo" diferente, complejo y fragmentado conformado, no sólo por nuevas máquinas o medios, sino también por nuevos entramados de lenguajes, saberes y escrituras (Martin Barbero, 2005). Estas transformaciones, descritas como mutaciones por autores como Baricco (2008), interpelan a la escuela dado que "la interactividad que proponen los medios digitales avanza en la disolución de categorías tradicionales de análisis como, por ejemplo, emisor y receptor, dado que promueve nuevos tipos de subjetividad que se resume en la (...) figura del prosumidor (Lewin, 2014, pág. 125). Lewin señala que el concepto de contrato

interactivo -propio de la etapa 2.0 de Internet que describe la transformación de modelos de comunicación de unilineales a reticulares - brinda pistas para pensar los desafíos que afronta la escuela. Una institución anclada “en las tecnologías, las metodologías y concepciones pedagógicas de la sociedad industrial. Son territorios de la cultura asimilada, lista para su consumo masivo. Son territorios desnaturalizados de su contexto y de su tiempo” (Aparici, 2012). Hoy en día, los estudiantes, se encuentran interpelados por estos procesos de reestructuración cultural que implican abrir la escuela a un universo simbólico diferente.

La humanidad está ante una profunda transformación atravesada por los entornos digitales. Esto nos obliga a conocer y reflexionar acerca del impacto de las pantallas en la vida cotidiana de los sujetos. Si bien, como sostienen Martinelli, Perazzo, Bordignon y Di Salvo (2012:4) “El progresivo acceso a Internet y en especial la generación denominada web 2.0 que promueve un perfil de usuario activo con posibilidades de crear, gestionar y compartir conocimientos a través de herramientas colaborativas, han creado un entorno favorable para el desarrollo de propuestas educativas mediadas por las TIC en donde la relación triádica estudiante-contenido-docente adquiere nuevas dimensiones y significados que es importante transparentar y analizar”, es necesario tener en cuenta que el hecho de que muchos niños estén expuestos desde pequeños a los estímulos de la tecnología y del impacto infocomunicacional no significa que cuenten con estrategias de apropiación crítica de las mismas y es este uno de los ejes fundamentales de diagnóstico de esta investigación (Bacher, 2009:31). En ese sentido nos aproximamos a la investigación desde una perspectiva de derechos “ya que los procesos comunicacionales tienen que contribuir a la movilización social entendida como procesos de empoderamiento político cultural, para trabajar sobre la visibilidad de los actores y construir agendas desde la realidad de los mismos, desde sus situaciones problemáticas, desde sus deseos, de sus aspiraciones y utopías.” (Uranga, 2012: 9). Y en ese sentido, conocer las competencias que tienen los adolescentes frente al uso de las TIC resulta clave para, como señalamos, con más y mejor información, la escuela puede ayudarlos a avanzar en que desenvuelvan como ciudadanos autónomos.

### **Competencia mediática**

El concepto de competencia en comunicación mediática ha sido introducido en los debates académicos en los últimos treinta años debido a la creciente omnipresencia de los medios de comunicación y las TIC en las sociedades actuales. En este trabajo entenderemos competencia por una combinación de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto.

En la investigación se ha utilizado el concepto de competencia mediática propuesto en el marco del proyecto Competencias en Comunicación Audiovisual, fomentado por el Consejo del Audiovisual de Catalunya (CAC, 2005), donde se indica que la competencia audiovisual *“implica el uso confiado y crítico de los medios electrónicos para el trabajo, el ocio y la comunicación. Estas competencias están relacionadas con el pensamiento lógico y crítico, con las destrezas para el manejo de la información a un alto nivel, y con el desarrollo eficaz de las destrezas comunicativas.”* A lo cual Ferrés Prats (2007) completa y amplía indicando que *“El desarrollo eficaz de estas destrezas comunicativas supone en el individuo una imprescindible competencia en Comunicación Audiovisual interpretar y analizar, desde la reflexión crítica, las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo. Esta competencia está relacionada con el conocimiento de los medios de comunicación y con el uso básico de las tecnologías multimedia necesarias para producirla”* (Ferrés Prats, 2007).

### **Dimensiones de la comunicación mediática**

Siguiendo la propuesta diseñada por Ferrés y Piscitelli (2012) nos hemos planteado el estudio de seis dimensiones de la competencia.

La indagación en la dimensión del **Lenguaje** busca recabar en el conocimiento de los códigos que hacen posible el lenguaje visual y capacidad de utilizarlos para comunicarse de manera sencilla pero efectiva, e identificar la capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva del sentido y la significación, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros.

A través de la investigación de la dimensión **Tecnología** se pretende dar cuenta del conocimiento teórico del funcionamiento de las herramientas que hacen posible la comunicación mediática, para poder entender cómo son elaborados los

mensajes, así como la capacidad de utilización de las herramientas más sencillas para comunicarse de manera eficaz en el ámbito de lo audiovisual.

El estudio de la dimensión de los **procesos de interacción** pretende iluminar acerca de la capacidad de los estudiantes de reconocerse como audiencia activa, y su capacidad de valoración crítica.

La exploración de la dimensión de los **procesos de producción y difusión** ha pretendido dar cuenta del conocimiento de las funciones y tareas asignadas a los principales agentes de producción y las fases en las que se descomponen los procesos de producción y programación de los distintos tipos de producciones audiovisuales.

Mediante el eje de análisis **ideología y valores** se intentó conocer la capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales, en cuanto representaciones de la realidad y, en consecuencia, como portadores de ideología y valores. Asimismo, se busca identificar la capacidad de análisis crítico de los mensajes.

Finalmente, en la dimensión **estética** se buscó conocer la capacidad de analizar y valorar los mensajes visuales desde el punto de vista de la educación del sentido estético.

### **El estudio: Diagnóstico exploratorio de las competencias mediáticas en ocho escuelas del AMBA.**

Esta pericia exploratoria ha buscado por un lado aplicar el instrumento diseñado por un conjunto de investigadores interdisciplinarios (Ferrés y Piscitelli, 2012) a fin de probar su aplicabilidad a estudiantes del nivel secundario de Argentina, así como su pertinencia a nivel científico para identificar las principales necesidades y carencias en la disponibilidad de saberes vinculados a la comunicación audiovisual en contextos digitales.

No obstante, consideramos los resultados como un diagnóstico inicial para planificar y desarrollar una futura investigación más abarcativa en un futuro próximo. Asimismo, consideramos los datos recopilados como una primera fuente

de aproximación al campo de estudio, cuyo insumo nos permite comenzar a reflexionar acerca de esta problemática en el contexto argentino.

### **Objetivos**

Nos hemos propuesto realizar en primera instancia un diagnóstico sobre un grupo cerrado de estudiantes y escuelas secundarias en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), con finalidad doble de validar el instrumento de recolección de datos y, a la vez, verificar los saberes y habilidades vinculados a la formación en los medios de comunicación. Debe destacarse que no se ha pretendido buscar construir una inferencia de conocimiento científicamente validado a partir de esta pericia, ni se considera al grupo de estudio como una muestra representativa del universo compuesto por estudiantes adolescentes entre 14 y 17 años de Buenos Aires.

Las principales preguntas que orientaron las indagaciones han sido: ¿cuáles son las competencias mediáticas presentes entre estudiantes de escuelas bonaerenses de 14 a 17 años que les permiten el acceso a recursos de información y comunicación en contextos digitales? ¿Cuáles son los modos de acceso que han utilizado los estudiantes para formarse en la utilización de estos recursos?

El estudio en cuestión ha partido de la hipótesis de que la población estudiantil del secundario no está suficientemente alfabetizada en cuestiones relacionadas entornos mediados por la TIC. Entendemos que esto obedece a múltiples razones, entre ellas, las diferencias que existen entre los desencuentros entre las culturas que coexisten en la escuela, otra puede atribuirse a que el currículum, en la mayoría de los casos, se ha abordado desde la palabra escrita, sin prestar mayor atención a la oralidad y a lo popular.

### **Planteamiento metodológico**

El trabajo de campo se llevó a cabo durante los meses de julio y octubre de 2014 en cursos de alrededor de 25 estudiantes de escuelas secundarias públicas y probadas de las localidades de Almirante Brown, Berazategui, Campana, Luján, Pilar, San Isidro, Vicente López y Zarate, de entre 14 y 17 años. A fin de llevar a cabo el estudio sobre una población de estudiantes de nivel secundario AMBA,

Argentina, y siguiendo la metodología diseñada por los investigadores españoles, se modificó mínimamente el cuestionario virtual original y se lo adaptó a papel para sortear dificultades de conectividad.

El cuestionario utilizado como instrumento de recolección de datos está dividido en seis partes, las cuales corresponden a las dimensiones de diagnóstico de la competencia mediática previamente detalladas. La división del instrumento basada en este criterio permite observar y detectar aquellas dimensiones en las que la población estudiantil está más avanzada y también en las que requiere de una mayor atención. El cuestionario incluyó preguntas cerradas de múltiples respuestas y otras preguntas con respuestas abiertas. También se incluyeron actividades visuales para determinar la capacidad de observación y análisis de los mensajes audiovisuales. Cada una de las 22 preguntas, relacionadas directamente con la competencia mediática, pertenece a una o varias dimensiones y posee un puntaje asociado, el cual se determina en base a criterios de corrección estándares, provistos por la Red Alfamed.

El cuestionario, al ser evaluado, posee un puntaje de valoración por cada dimensión y a su vez un puntaje total, indicativo del nivel de competencia mediática del estudiante.

## **Resultados**

La investigación ha arrojado resultados considerados exploratorios y orientativos.

### **Dimensión lenguaje**

El resultado de la dimensión lenguaje ha sido de nivel medio. Se ha obtenido un valor medio de 4,34 sobre 7 puntos totales. Esto indica que los estudiantes poseen una capacidad intermedia, con un buen grado de desarrollo inicial, de interpretar los diversos códigos de un mensaje, expresarse utilizando registros acordes con el contexto y aplicar tales capacidades en el ámbito escolar.

El criterio de diagnóstico de la dimensión lenguaje consistió en medir estas competencias a través de preguntas tales como “¿Comprendes la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música

y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?”, que se propone identificar si los estudiantes comprenden la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes, es decir las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros, que componen los mensajes de los medios. La segunda pregunta, la 12: “¿Qué significado aportan los diferentes lenguajes (verbal, visual y musical) en el siguiente fragmento de la película?”, fue concebida a fin de explorar las competencias respecto del análisis de los mensajes desde la perspectiva del sentido. Se busca conocer la capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje. Asimismo, se los interroga en esta dimensión sobre su capacidad de editar video e imagen.

Para conformar el puntaje obtenido en este aspecto, como hemos explicado en la descripción del instrumento, se asignó un puntaje 0 a las respuestas que mostraban un manejo nulo de los lenguajes, 1 a los que indicaban, por ejemplo “que podían interpretar los códigos y lenguajes algunas veces” (pregunta 11), o a los que indicaron conocer entre 1 y 3 herramientas de edición (pregunta 23). Por lo tanto, el puntaje de 4.34 indica un conocimiento medio general; que es necesario aclarar que se compone de una gran parte de estudiantes que afirma tener unas competencias mediáticas básicas, pero no las ha profundizado (y no que algo más de la mitad de los estudiantes maneje competencias complejas de lenguaje, y la otra no).

### **Dimensión tecnología**

En las preguntas correspondientes a esta dimensión, se le solicita a los alumnos optar por una razón por la cuál ellos consideran preferir el navegador que utilizan, a fin de medir su conocimiento de la herramienta y su capacidad de desenvolverse con eficacia. Por otra parte, la consigna 16 pide lo siguiente: “A la derecha hay conceptos vinculados a la comunicación mediática. A la izquierda, definiciones que corresponden a cada uno de estos conceptos. Leé atentamente e indica en el desplegable de la columna de la derecha el número del concepto al que corresponda cada definición”. Ante esta pregunta se espera que los jóvenes relacionen conceptos y definiciones de dispositivos tecnológicos masivos a fin de identificar los conocimientos específicos sobre las diferentes tecnologías.



Como resultado, en la dimensión tecnología el valor medio fue de 2,58 sobre un máximo de 5 puntos. Este puntaje se conforma, por un lado, de la capacidad que demostraron los estudiantes para unir en un menú de dos columnas los conceptos con sus definiciones correspondientes; y se complementa con la evaluación del conocimiento de las herramientas de edición utilizadas para crear y manipular contenidos visuales, sonoros y digitales con medios tecnológicos.

Este valor indica que sus conocimientos sobre tecnología, específicamente en temas de hardware y software, son aún básicos para interactuar de manera plena con sus pantallas digitales, ya que la evaluación de su conocimiento sobre las herramientas que usan, sumada al diagnóstico de sus competencias en el ámbito de la producción específicamente, y del uso de estas tecnologías como medios de expresión, revelan que casi la mitad de las posibilidades que ofrecen las herramientas no son de su conocimiento.

### **Dimensión recepción e interacción:**

La dimensión de recepción e interacción ha sido diagnosticada a través de un sistema más extenso de actividades.

La capacidad de valoración de los efectos cognitivos de las emociones se evalúa primeramente a través de la pregunta 15: "Visualiza el siguiente anuncio y di qué te trasmite", en la cual se solicita a los estudiantes que visualicen atentamente un anuncio de pocos segundos de duración de la consola "Playstation". Luego, deben elegir varias respuestas entre las diferentes opciones que se proveen que buscan detectar si los jóvenes son capaces de tomar conciencia acerca de los objetivos de la publicidad mediante el entramado de personajes, acciones y situaciones que buscan generar, diversas emociones en el espectador. El objetivo de la pregunta es observar si los jóvenes pueden dilucidar ese mensaje. A esto prosiguen una serie de preguntas acerca de la influencia que los estudiantes creen que los mensajes pueden ejercer sobre ellos mismos y otras personas. Por último se interroga: "¿Has denunciado o te has quejado a algún responsable sobre

imágenes, vídeos, información u otros publicada en la Web o emitida en algún medio de comunicación?” con el fin de explorar el grado de interacción social y política y de responsabilidad social que los jóvenes tienen a través de los medios de comunicación e información. Otras preguntas indagan en el mismo aspecto.

La dimensión de Recepción e Interacción arrojó como valor promedio alcanzado un nivel bajo, 3,64 puntos sobre un máximo de 10 puntos. El puntaje resultante indica que los estudiantes no poseen saberes y habilidades suficientes para la revisión y autoevaluación de la propia dieta mediática, a partir de seguir criterios conscientes y razonables; como así también el poder reconocer y valorar los aspectos emocionales de los mensajes y las ideas y valores vinculados con los contenidos mediáticos. Que el puntaje en esta dimensión sea más bajo que el de las demás, a su vez, indica que las competencias ligadas a una actitud crítica son las más débiles y que necesitan ser desarrolladas.

### **Dimensión de programación y producción**

La primera actividad de la dimensión de la programación solicita a los estudiantes conectar una serie de nombres de las profesiones vinculadas a la comunicación mediática con su correcta definición. Así se pretende conocer el grado de conocimiento respecto a las tareas realizadas por varios profesionales de la producción mediática. El diagnóstico del conocimiento de las fases de los procesos de producción se lleva a cabo mediante la pregunta 25: “¿Cómo ordenarías los siguientes pasos para realizar el producto?”. En la misma se solicita a los estudiantes que ordenen los pasos a seguir para realizar un producto audiovisual.”

El valor medio de la dimensión de programación y producción ha sido 1,35 sobre 4 puntos. Se observa que los estudiantes no poseen saberes suficientes relacionados con la aptitud para diferenciar entre las producciones individuales y las colectivas, y las populares y las corporativas. Como así también conocimientos básicos insuficientes sobre los sistemas de producción y programación, y sobre los mecanismos de difusión de contenidos; capacidad para hacer valer la legislación que protege al usuario de los medios.

### **Dimensión valores e ideología**

La habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos se valoraba a través de la Pregunta 8: “¿Qué pasos sigues para realizar una búsqueda en Internet?”, en la cual los estudiantes debían indicar que pasos prosiguen para realizar una búsqueda en Internet. La siguiente pregunta, la número 9: “Si tuvieras que buscar las etapas literarias de Antonio Machado. ¿Qué palabras escribirías en un buscador como Google?”, se propone conocer si los estudiantes son capaces de buscar información procedente de distintos sistemas y de diferentes entornos. La actividad consiste en consultarles cómo harían la búsqueda de un tema específico en el buscador Google, “las etapas literarias de Antonio Machado”. Para ello se les provee diferentes entradas. El diagnóstico de la capacidad de conocer la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite se realiza mediante la pregunta 10: “De las siguientes páginas ¿cuál o cuáles utilizarías en tu trabajo?”. En la misma, los estudiantes deben optar entre cinco páginas web de consulta. Otro de los objetivos de esta dimensión consiste en diagnosticar la capacidad de dar cuenta de los mensajes mediáticos en relación a la ideología y valores, explícitos o latentes, que estos transmiten, mostrando una actitud crítica hacia ellos. Esto se lleva a cabo mediante la Pregunta 13: “Nombrá y describí un anuncio publicitario que recuerdes”, en la cual los jóvenes deben nombrar y describir un anuncio publicitario que recuerden. La pregunta 15: “Visualiza el siguiente anuncio [de *Playstation*] y di qué te transmite” busca diagnosticar desde esta dimensión la capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica antes ellos. Esta dimensión se completa con otras preguntas que buscan recuperar la capacidad de aprovechar las herramientas TIC para comprometerse como ciudadanos y ciudadanos de manera responsable en la cultura, política y otros asuntos de trascendencia de su sociedad.

El análisis de la dimensión Ideología y Valores indicó un valor medio de 5,65 sobre 14. Situación que define un estado poco desarrollado en relación a sostener una actitud activa en la interacción con los medios, usados como oportunidad para construir una mejor ciudadanía.

Las competencias para descubrir los valores inscritos en los contenidos de los medios, así como también la aptitud para detectar las fuentes de información y valorar críticamente su fiabilidad presentan limitaciones. Esto significa que existe un gran trabajo por hacer, vinculado a propiciar las actitudes activas y participativas en la relación con las tecnologías. En suma con las dos dimensiones anteriores, y sus puntajes también bajos, los resultados indican que una de las deficiencias más marcadas en el buen uso de las TIC tiene que ver con la actitud crítica, la utilización de las herramientas para la producción propia más allá del consumo, y la vinculación con la ciudadanía y la participación.

### **Dimensión estética**

En la investigación, la dimensión estética se busca diagnosticar particularmente a partir de la valoración artística de anuncios publicitarios de bebidas. Para medir la capacidad estética de los sujetos de estudio, se les presentaron dos spots publicitarios, uno de jugo de frutas y otro de gaseosa, solicitándoles a los estudiantes que eligieran uno desde el punto de vista artístico (pregunta 14: “¿Cuál de las siguientes páginas que anuncian bebidas elegirías desde el punto de vista artístico?”).

En esta última dimensión de estudio el valor medio fue de 1,04 sobre un total de 2 dos puntos. Se observa que aún falta desarrollar en los estudiantes la capacidad por afinar los criterios formales a la hora de producir o leer un mensaje.

### **Consideraciones**

A continuación se presentan los resultados preliminares exploratorios obtenidos para el universo de estudio conformado por ocho escuelas de nivel secundarios del AMBA. No obstante, recordamos que este estudio se ha realizado habiéndose planteado probar la aplicabilidad al universo de estudio el instrumento diseñado por un conjunto de investigadores interdisciplinarios (Ferrés y Piscitelli, 2012), así como su pertinencia a nivel científico para identificar las principales necesidades y carencias en la disponibilidad de saberes vinculados a la comunicación audiovisual en contextos digitales.

El puntaje total medio alcanzado por los estudiantes en la evaluación de sus competencias mediáticas fue de 18.58 puntos sobre un total de 42 puntos. Si bien se debe ser cuidadoso al realizar la suma de todas las dimensiones, para no descuidar las particularidades del resultado de cada una, podemos sacar algunas conclusiones sobre este puntaje.

En primera instancia, esto indica que, en general, los estudiantes poseen un valor medio de competencia mediática, aún les falta desarrollar saberes y habilidades que les permitan interactuar de manera más plena con el mundo que habitan. Esto puede vincularse con que su relación con el mismo se da -en gran parte- mediada por las pantallas digitales.

A modo de resumen, en la siguiente tabla se muestra la agrupación de estudiantes de acuerdo a su nivel de competencia mediática, a partir de la distribución del universo en tres estratos de puntaje (González Fernández y otros 2015:129).

**Tabla Nivel de competencia mediática**

<b>Niveles de competencia mediática</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Bajo (del valor mínimo al percentil 33)	77	15,34
Medio (del percentil 34 al percentil 66)	401	79,88
Alto (del percentil 67 al valor máximo)	24	4,78

Fuente: Elaboración propia siguiendo a González Fernández y otros 2015

En relación al objetivo principal y a las observaciones sobre el instrumento, se considera de importancia generar un instrumento más acorde a las características socioculturales de los habitantes de la región, donde, a partir de su aplicación, se acceda a valorar de un modo más contextualizado los saberes y habilidades de la población en relación con la alfabetización en manejo de información, la relación crítica con los medios y la participación en la sociedad de la información. En este sentido, consideramos que la investigación etnográfica de

campo permitió enriquecer y abrir la investigación a los sentidos, reforzando de este modo el análisis de los datos cuantitativos.

A lo largo del análisis de la encuesta se han detectado una serie de elementos que el instrumento utilizado no puede diagnosticar. Los mismos se agrupan por dimensión.

Dentro de la dimensión tecnología, uno ha sido la capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

En tanto a la dimensión recepción e interacción, necesita reforzarse el criterio de evaluar la capacidad de revisión y de autoevaluación del propio consumo (o dieta) mediático; de observar el conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción, los conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites; y la capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un período de medios transnacionales y la capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje. También de evaluar la capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales y la capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.

Dentro de la dimensión programación y producción, hay dos aspectos que no se han llegado a explorar: conocer la capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales y dar luz a su capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados; e identificar su capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos y a observar si tienen o no capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los "creativecommons".

Dentro de la dimensión estética es necesario reforzar el estudio sobre la capacidad de los jóvenes de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera de cómo se comunica y la sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética. Asimismo se buscaba diagnosticar la capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas y la capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias. Por último, explorar la capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad y la capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.

### **Conclusiones**

Hasta aquí, hemos señalado una serie de consideraciones destinadas a enriquecer el instrumento de trabajo de cara a estudios futuros. No obstante, también es posible destacar algunas reflexiones generales que, al menos como una primera aproximación exploratoria, parten de los resultados obtenidos. En primer lugar, los resultados obtenidos en las dimensiones de lenguaje y tecnología, que arrojan un desarrollo de nivel medio, tanto de las competencias para comprender los lenguajes digitales, como del conocimiento acerca de las herramientas que los estudiantes utilizan, señalan que queda un gran recorrido que hacer en materia de fortalecer las competencias ya existentes y propiciar su desarrollo en los aspectos en los que se carece de ellas.

Tanto los conocimientos en tecnología como los manejos del lenguaje son aún básicos para que los estudiantes saquen el máximo provecho de sus pantallas digitales, y tengan una relación plenamente enriquecedora con ellas. En otras palabras, los resultados exploratorios indican que las posibilidades que hoy en día son desaprovechadas son aún igual de grandes que las competencias que ya se han adquirido.

En segunda instancia, resultan más preocupantes los resultados que se vislumbran en las dimensiones de recepción e interacción, así como en

programación y producción, y en ideología y valores. Estas tres dimensiones, que podemos agrupar como aquellas más relevantes desde una perspectiva de derechos, por ser las que se vinculan a una apropiación activa, crítica y participativa de las TIC, son las que muestran puntajes más bajos.

Dicho de otro modo, si los estudiantes no poseen saberes y habilidades suficientes para la revisión y autoevaluación de su consumo mediática, no pueden evaluar críticamente los contenidos que consumen, ni puedan apropiarse de las herramientas desde el punto de vista de la producción propia; es imposible que utilicen las TIC en favor de sus derechos, a pesar de que estas tengan a priori el potencial para realizarlo. Es necesario trabajar para que el potencial educativo de las tecnologías deje de ser un mero potencial y sea realmente aprovechado.

---

<sup>i</sup> AlfaMed "es una red interuniversitaria euroamericana de investigación sobre competencias mediáticas para la ciudadanía que reúne a más de 50 investigadores de 13 países europeos y latinoamericanos, cuyo objetivo es propiciar espacios de fortalecimiento para actividades académicas, de investigación, de extensión, producción y difusión sobre la "educación en medios". "(Recuperado de <http://www.redalfamed.org/>)

<sup>ii</sup> El trabajo de campo y su sistematización fueron llevados adelante por Nadia Molek

### **Referencias bibliográficas**

Aguaded, J. I.; Ferres I Prats, J.; Cruz Diaz M., *et al.* (2011): *El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza*. Huelva: Grupo Comunicar y Universidad de Huelva.

Aparici, R. (2012): *Principios pedagógicos y comunicacionales de la educación 2.0*. Disponible en:

[http://www.educoas.org/portal/La\\_Educacion\\_Digital/laeducacion\\_145/articles/Roberto\\_Aparici.pdf](http://www.educoas.org/portal/La_Educacion_Digital/laeducacion_145/articles/Roberto_Aparici.pdf)

Bacher, S. (2009): *Tatuados por los medios. Dilemas de la educación en la era digital*. Buenos Aires: Paidós

Baricco, A (2008) *Los bárbaros: ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama,

Castells, M. (2002): *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red*. Madrid: Alianza.



Cloutier, J. (2001): *Petittrahité de communication. Emerec à l'heure des technologies numériques*. Montréal: CarteBlanche.

Coll, César. (2011): *Aprender y enseñar con las TIC: expectativas, realidad y potencialidades*. Versión digital disponible en: [http://www.educ.ar/recursos/ver?rec\\_id=70819](http://www.educ.ar/recursos/ver?rec_id=70819)

Consejo del Audiovisual de Catalunya (CAC, 2005). En: <http://www.cac.cat/web/informacio/index.jsp?OA%3D%3D&Mg%3D%3D&L3dlYi9pbmZvcmlhY2lvL2NvbnRlbnROb3JtYXRpdme%3D>

Dussel, I. y L. Quevedo, (2010): *Educación y nuevas tecnologías. Los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. Buenos Aires: Santillana.

Ferrés Prats, J. (2007): *La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores*. Comunicar, 29; pp. 100-107.

Ferrés, J. y A. Piscitelli, (2012): *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. En: Revista Comunicar, n° 38, v. XIX, Revista Científica de Educomunicación; pp. 75-82

Ferrés Prats, Aguaded, I, y A. García, (2011): *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. En: Revista Icono N° 14, 2012, Vol.10, No.3, pp. 23-42. Madrid.

Ferres, J y Santibañez. (2011): *Informe de investigación Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en la Comunidad Autónoma de La Rioja*. Huelva: Grupo Comunicar y Universidad de La Rioja.

González Fernández, N., Gozávez Pérez, V. y Ramírez García, A. (2015): *La competencia mediática en el profesorado no universitario. Diagnóstico y propuestas formativas*. En: Revista de Educación, 367. Enero-marzo 2015.

Lazo, C. y J. Gabelas Barroso, (2013): *Investigación sobre el grado de competencia mediática de los ciudadanos aragoneses*. En: Revista Ámbitos (Enero-Junio): [Fecha de consulta: 16 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16832253013>>

Martin Barbero, J. (2005): *Nuevos modos de leer*. Versión digital disponible en: <http://www.everyoneweb.com/WA%5CDataFilesluismartintrujillo%5CMartinBarberoNUEVOSMODOSDELEER.pdf>

Martinelli, S.; Perazzo, M.; Bordignon, F.; , J.C Di Salvo. (2012): *Investigación sobre entornos virtuales de aprendizaje utilizados para la enseñanza en profesorado y universidades nacionales*. Buenos Aires: UNIPE. Informe presentado digitalmente en <http://unipe.edu.ar/wp-content/uploads/2012/07/Proyecto2.pdf>.

Moya, M. y G. Vazquez, (2010): *De la Cultura a la Cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad*. En: Cuadernos de Antropología Social N° 31, pp. 75-96. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/cas/n31/n31a04>

Rivera, D.; Marin, I.; Mier, C.; S. Celly, (2014):. *Competencias mediáticas en Ecuador. Primeros resultados*. Ponencia presentada en Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - VI CILCS - Universidad de La Laguna, diciembre 2014.

Tirado Morueta, R., Hernando Gómez, A., García-Ruiz, R. Santibáñez Velilla, J. y I. Marín Gutiérrez, (2012): *La competencia mediática en personas mayores. Propuesta de un instrumento de evaluación*. En: Revista Ícono 14, Vol. 10, N° 3.

Uranga, W, (2012) *Comunicación para la transformación social. Un itinerario para la acción*, Córdoba, Recuperado de [http://www.wuranga.com.ar/images/proprios/02\\_transformacion.pdf](http://www.wuranga.com.ar/images/proprios/02_transformacion.pdf)