Nivel de la competencia mediática en entorno escolar con restricción para el uso de dispositivos 'smartphone'

Media Competence Level in a School Environment with Smartphone Use Restriction

Mario Andrés Montaner-Bastías

Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile)

Las TIC han estimulado la digitalización de contenidos susceptibles de compartir y consumir de manera interactiva en tiempo real, lo cual ha creado un ecosistema mediático dinámico que supera la capacidad de las personas para comprender, desde una perspectiva crítica, qué implica consumir medios y crear sus propios contenidos para difusión. Términos como infoxicación (Cornella, 2003) o infoxicación digitovisual (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018) describen la forma en que las audiencias pueden padecer por el bombardeo de contenidos que los medios generan al no contar con herramientas para procesar y seleccionar lo consumido. Como respuesta, se han diseñado instrumentos para medir el nivel de dominio de la competencia mediática (Ferrés y Piscitelli, 2012) que presentan las ciudadanías. Esta investigación ha aplicado uno de estos instrumentos en una comunidad escolar chilena pública que levantó en dos años de manera significativa sus indicado-

Information and Communication Technologies (ICTs) have fostered the digitalization of contents which are likely to be shared and consumed interactively in real time. This has shaped a dynamic media ecosystem that has surpassed people's ability to understand, from a critical perspective, the implications of media consumption and the creation of their own contents for diffusion. Concepts such as "infotoxication" (Cornella, 2003) or "digital/visual infotoxication" (Aguaded, Marín-Gutiérrez & Caldeiro-Pedreira, 2018) depict how audiences can suffer because of the content overload which different media generate, as they do not have the tools to process and select what they consume. As a response, some tools have been designed to measure the level of media competence (Ferrés & Piscitelli, 2012) that different communities display. This research applied one of these tools to a Chilean public school community which has significantly improved its school performance indicators in the

res de rendimiento, lo que coincide en el mismo periodo con la determinación de prohibir el ingreso de smartphones a las aulas. Los resultados demuestran que la medida incide en mejores resultados de rendimiento, pero sin evidencia de impacto en el nivel de dominio de la competencia mediática, lo que revela la necesidad de incluir en el currículo de enseñanza básica contenidos de alfabetización digital y formación en competencia mediática.

Palabras clave: competencia mediática, dimensiones, educación básica, smartphone.

last few years—an increase which coincides with the period when they decided to ban the use of smartphone devices in the classrooms. The outcome shows that such a decision can produce better results in school performance, but without a perceptible impact on media competence, which calls for the need to include digital literacy and media competence training in the syllabus for elementary education.

Key words: media competence, dimensions, primary education, smartphone.

En las dos últimas décadas, el campo de estudio de las investigaciones en comunicación y tecnologías de la información ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por un entorno digital y mediático dinámico y en permanente cambio. El trabajo de múltiples investigadores ha generado el surgimiento de conceptualizaciones que permiten explicar y comprender nuevos fenómenos asociados al nuevo espacio comunicativo. Términos como *nativo digital* e *inmigrantes digitales* (Prensky, 2001) permitieron perfilar a los usuarios de las nuevas tecnologías por rangos etarios para explicar cómo se relacionaban de manera más o menos orgánica con el nuevo entorno. En la misma dinámica surge el concepto de sociedad hipercomunicada (Caldeiro-Pedreira y Aguaded, 2015), para explicar la inmediatez con la que se transmiten contenidos audiovisuales y la interacción virtual que genera en tiempo real, por medio de su digitalización; o el concepto de infoxicación (Cornella, 2003), para representar la manera en que las audiencias pueden llegar a sufrir intoxicación por las descontroladas e inabordable cantidades de informaciones que las rodean y consumen. En esta natural progresión conceptual, el término *infoxicación* ha derivado en *infoxicación digital* (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018), para referir las altas cantidades de contenidos audiovisuales a los que las personas se ven expuestas.

Los conceptos anteriormente descritos suponen en su conjunto elementos de juicio para construir un diagnóstico que ha puesto de relieve la necesidad de formación de audiencias alfabetizadas digitalmente (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018). Como consecuencia, surge la necesidad de conocer cuán competentes son los ciudadanos en el momento de afrontar el entorno mediático, para *a posteriori* poder estructurar programas y estrategias de formación que les

permitan no solo consumir mensajes, sino también generarlos fundados en una postura crítica y empoderada de los procesos y consecuencias que comporta.

Este proceso, que va desde el diagnóstico hasta la búsqueda de soluciones, se inicia de alguna forma en 1997, cuando los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) impulsaron el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA, sigla en inglés), cuyo objetivo se orientó a conocer cómo los estudiantes al final del ciclo de escolaridad obligatoria adquirirían conocimientos y destrezas, para integrarse en participación integral a la sociedad. Esta prueba puso en relieve la importancia de las competencias curriculares transversales, al declarar explícitamente que su concepto innovador de competencia pone acento en la capacidad de los estudiantes para analizar, razonar y comunicarse de manera efectiva (DeSeCo, 2006). Siguiendo la misma línea, hacia finales de 1997 la propia OCDE impulsó el proyecto de Definición y Selección de Competencias Clave (DeSeCo), con el objetivo de ofrecer un marco conceptual sólido orientado a la identificación de lo que se definió como competencias clave. El trabajo de DeSeCo reconoció que en un contexto social las personas precisan de múltiples competencias vinculadas principalmente a conocimientos, destrezas y actitudes. Como resultado del esfuerzo internacional, se hizo necesario establecer estándares y un lenguaje común en torno del entendimiento de lo que es una competencia, por lo que rápidamente se fijaron directrices en el plano curricular en el área de la enseñanza y la formación, de tal manera que el acento se puso en la competencia comunicativa, tanto para la lengua materna como para las extranjeras; la competencia asociada al dominio de las tecnologías de la información y la comunicación; la competencia matemática, científica y tecnológica; las competencias asociadas al espíritu de empresa; competencias interpersonales y cívicas; la competencia relativa a aprender y cultura en general (Reyzábal, 2012).

DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA A LA COMPETENCIA MEDIÁTICA

Como señalan Marín, Rivera y Celly (2014), antes de explorar la definición de *competencia mediática* es recomendable comprender lo que significa *alfabetización mediática*, entendida como una construcción cuyo objetivo es promover la educación tecnológica y mediática de las personas, que les permita un mejor y más fluido desenvolvimiento en el contexto de la sociedad en la que se insertan. En 2008, el Parlamento Europeo, entendiendo su importancia, señaló que “la alfabetización mediática implica poseer las capacidades para utilizar los medios de comunicación, para comprender y valorar críticamente sus diversos aspectos y sus contenidos, así como para comunicarse incluso en contextos variados y crear y difundir contenidos en los medios de comunicación” (Parlamento Europeo, 2008: 7). En la misma línea, la UNESCO reconoció la importancia decisiva de la alfabetización mediática, a través de la Declaración de Grünwald y la Agenda de París (Parlamento Europeo, 2008).

Desde la alfabetización mediática comienzan a describirse los elementos fundamentales sobre los que debe estar empoderada la ciudadanía para afrontar el

entorno audiovisual y digital, que finalmente decantan bajo el alero de la competencia mediática. Sin embargo, su origen se inicia en la propuesta de Ferrés denominada competencia audiovisual, que refiere la “capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo” (2007: 102). Las aportaciones de Ferrés concluyen que la competencia audiovisual “comporta el dominio de conceptos, procedimientos y actitudes relacionados con lo que podrían considerarse las seis dimensiones fundamentales de la comunicación audiovisual” (Ferrés, 2007: 103).

Las dimensiones e indicadores descritos en la competencia audiovisual derivarían en evolución hacia la competencia mediática (Ferrés y Piscitelli, 2012), explicada y susceptible de evaluar, por medio de seis dimensiones. La competencia mediática, como tal, debe ser “entendida como la capacidad de percibir, analizar, utilizar, producir mensajes y disfrutar de los medios de comunicación, de una manera inteligente y desde una mirada crítica” (García y Rivera, 2013: 51).

En el entorno mediático actual es particularmente importante diagnosticar, desde las dimensiones que componen la competencia mediática, el nivel de dominio que la población presenta para hacer posible intervenciones que persigan el objetivo de incrementar el nivel de conocimiento y dominio que las personas puedan alcanzar (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018). A modo de ejemplo, se tiende a pensar que los jóvenes, por el solo hecho de estar en contacto permanente con las tecnologías, poseen capacidades superiores, sin embargo en 2001 Prensky advertía que “los jóvenes interactúan con los medios con un bajo nivel de preparación, o sencillamente desprovistos del conocimiento necesario del poder audiovisual” (citado por Aguaded y Pérez-Rodríguez, 2012: 25). Complementando, Pérez-Tornero (2005) observaba que los más vulnerables en este entorno son los niños y jóvenes, cada vez más alejados de su mundo interior, conducidos a una vida vacía entre charlas sin sentido y juegos violentos. En la misma línea, Pérez-Rodríguez y Delgado (2012) señalaron que el contacto permanente con las pantallas de televisión no implica, cómo se tiende a pensar, que la audiencia consuma sus contenidos provista de un sentido crítico.

La necesidad de diagnosticar el nivel de competencia mediática en el concierto internacional se ha convertido en un objetivo prioritario. Los esfuerzos para concretar dicha empresa han sido asumidos por una red interuniversitaria euroamericana que agrupa investigadores distribuidos en Centroamérica, Sudamérica, Caribe y Europa, quienes han aplicado cuestionarios para distintos segmentos de la población (debidamente contruidos y validados por la red) y cuyos resultados reportan el estado de situación de las competencias mediáticas en España, Portugal, México, Colombia, Ecuador y Brasil.

ESTADO DE SITUACIÓN EN CHILE

En 2011, la catedrática de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Mar de Fontcuberta, afirmaba: “Chile tiene que entender la importancia de la alfabetización mediática y digital” (Facultad de Comunicaciones PUC, 2011). En su

declaración recogida en entrevista publicada en medio interno de la universidad, añadía que los chilenos no eran concientes de la importancia de la educación en relación con los medios de comunicación; que la alfabetización mediática tenía que ser objeto de políticas públicas, entre otras cosas porque el país formaba parte de los acuerdos suscritos con la UNESCO en dicha materia; que la alfabetización mediática no había de orientarse en defensa de niños y jóvenes ante los medios, sino que debía prepararlos para ser usuarios competentes; que el currículo escolar chileno tenía que incluir formación en alfabetización mediática.

En 2018, el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV) fue parte de las acciones impulsadas por una red interuniversitaria Euroamericana dedicada a investigaciones sobre competencia mediática, aplicando un cuestionario para medir competencias mediáticas entre la población escolar chilena comprendida en el rango etario de 11 a 16 años. Los resultados fueron presentados por el Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales de CNTV, bajo el nombre de *Alfabetización mediática en niños y adolescentes chilenos* (CNTV, 2018). Entre los principales hallazgos del estudio, se establece la existencia de un conocimiento arraigado en el uso de dispositivos, pero con poco nivel de especialización; desconocimiento de la regulación de los medios; y una diferencia importante entre los estudiantes del sistema privado (de pago) en contraste con aquellos que se forman en la educación pública, presumiblemente por contar con un mayor capital cultural propio de estratos socioeconómicos y culturales más altos. La experiencia en Chile, respecto de la medición de la competencia mediática a 2019, es incipiente y aún escasa.

MATERIALES Y MÉTODOS

El objetivo de este estudio se orienta a conocer cuál es el nivel de la competencia mediática de una comunidad escolar chilena de enseñanza básica, comprendida entre los 9 y 11 años de edad, que ha dispuesto en los últimos dos años la prohibición de ingreso de dispositivos *smartphone* en el interior del recinto educativo.

Para determinar el nivel de competencia mediática, se explora en sus seis dimensiones que son analizadas por separado: lenguaje, tecnología, proceso de interacción, proceso de producción y difusión, ideología y valores, y estética. Además, para complementar el cuerpo de conclusiones se dispuso levantar información por la vía de entrevista a la máxima autoridad académica de la comunidad escolar, para tomar conocimiento del detalle y justificación que explica la prohibición de uso de dispositivos *smartphone* en el interior del recinto por parte del alumnado. Finalmente, se considera revisar la evolución del rendimiento académico (entendido como evaluación del conocimiento adquirido en el ámbito escolar) y evaluación de aprendizaje de los alumnos en los últimos dos años, expresado en la pruebas Simce que se aplican en territorio nacional a todos los estudiantes de enseñanza básica, bajo responsabilidad y supervisión de la Agencia de Calidad de la Educación, dependiente del Ministerio de Educación de Chile.

La metodología es de tipo cuantitativa, basada en el uso y aplicación de cuestionario físico bajo la modalidad de encuesta. La aplicación de este instrumento

de recogida de datos tiene por objetivo principal detallar el nivel de competencia mediática de los escolares participantes. Como instrumento de investigación, la encuesta puede ofrecer respuesta a problemas, tanto de orden descriptivos como de relación de variables, y además tiene como finalidad describir las condiciones de una realidad, identificar normas y establecer la existencia de eventuales relaciones (Buendía, 1997).

El diseño de la investigación es de carácter no experimental, pues en su desarrollo no se manipula el objeto de estudio. Además, la naturaleza del mismo es de carácter transaccional descriptivo, pues solo se remite a analizar el nivel de las variables en un momento específico, lo que permite abordar el fenómeno y estudiar su incidencia (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

La investigación se desarrolló en el interior de una comunidad escolar perteneciente a la red de establecimientos públicos de la Provincia de Concepción (Chile), dependiente de la Dirección de Administración de Educación Municipal, comuna de Chiguayante. El establecimiento educacional en 2019 contó con una matrícula de 236 alumnos (Ministerio de Educación, 2019a), provenientes de sectores socioeconómicos bajos, insertos en un entorno con riesgo social.

En coordinación con el establecimiento y el consentimiento informado de padres y tutores, fueron encuestados todos los estudiantes que cumplieran con el criterio de entrar en el rango etario comprendido entre los 9 y 11 años de edad, número equivalente a 61 estudiantes, de los cuales 33 eran niños y 28 niñas. La encuesta se realizó en formato físico, debido a que el mismo ejercicio en paralelo estaba siendo aplicado en comunidades rurales con dificultad para conectarse a internet, razón por la cual y para establecer un procedimiento similar, se descartó la aplicación *online* para asegurar las mismas condiciones de ambiente. Es relevante señalar que la validación del instrumento encuesta aplicado corrió por cuenta de una red de investigación internacional de alcance euroamericano en temáticas asociadas a la competencia mediática, bajo altos estándares científicos y replicados posteriormente en varios países con investigadores suscritos a la misma.

Los resultados fueron posteriormente segmentados por edad y género, para a continuación ser ordenados en función de un cuadro de validación que subdividió las respuestas por dimensiones, a las que se les asignó puntaje decodificable por vía de los niveles avanzado, medio y básico, todos en relación con el dominio de la competencia mediática exhibida por los estudiantes, en cada una de las seis dimensiones que la componen.

Los resultados arrojados por las encuestas aplicadas en el establecimiento educacional bajo estudio no pretenden alcanzar una representación de la población escolar chilena, sino más bien describir un fenómeno que por sus características excepcionales, como lo es la prohibición de uso de dispositivos *smartphone* entre los estudiantes, resulta importante de observar desde un enfoque cuantitativo.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

La distribución del alumnado se identifica por segmentación etaria y de género, como se representa en el siguiente gráfico.

Gráfico 1. Distribución del alumnado por género y rango etario

Fuente: elaboración propia.

Todos los resultados obtenidos por las encuestas, permiten el análisis de las competencias mediáticas por medio de cada una de las dimensiones descritas por Ferrés y Piscitelli (2012), como Lenguaje, relacionada con la capacidad de interpretar y valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje; Tecnología, como la capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas, habilidad para interactuar de manera significativa con medios y comprensión del rol que desempeñan las tecnologías de la información y comunicación; Proceso de Interacción, entendida como la capacidad de selección, revisión autoevaluación de la dieta mediática consumida en el marco de una actitud activa en la interacción con las pantallas; Proceso de Producción y Difusión, vinculada a la capacidad de manejar la propia identidad en el contexto *online/offline* con actitud responsable, además de la capacidad de compartir y diseminar por medio de medios tradicionales y redes sociales; Ideología y Valores, entendida como la capacidad detectar las intenciones o intereses que subyacen en los mensajes, pudiendo analizar críticamente los efectos de creación y opinión que ejercen los medios; y la Estética, como la capacidad de extraer placer no solo de lo que se comunica, sino también de la manera cómo se comunica, además de contar con la sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecúe a exigencias mínimas de calidad estética.

La encuesta, de carácter anónimo, incluyó 22 preguntas de las cuales las primeras 4 se orientaron a conocer el perfil de los consultados por género, edad, establecimiento educacional y declaración de haber recibido o no formación en comunicación audiovisual o digital. Las 18 preguntas restantes se distribuyeron

en 6 grupos, cada uno con la misión de abordar una competencia mediática en pos de evaluar su nivel de dominio. Los indicadores numéricos de acierto y error fueron tabulados según cuadro de validación, cuyos algoritmos obtenidos fueron operacionalizados en niveles de dominio, es decir, los puntajes obtenidos en cada dimensión se codificaron bajo los conceptos de Avanzado, Medio y Básico, desde los puntajes más altos hasta los más bajos respectivamente.

En el siguiente gráfico se presentan los resultados generales obtenidos en cada una de las dimensiones de la competencia mediática, por la vía de expresión porcentual.

Gráfico 2. Resultados generales expresados por dimensión

Fuente: elaboración propia.

Los resultados más relevantes indican que son dos las dimensiones en las que los alumnos exhiben los niveles más bajos de dominio de la competencia mediática.

La primera, Proceso de Producción y Difusión, consideró tres preguntas (18, 21 y 22) que tenían por objetivo medir la capacidad de manejar la propia identidad *online/offline* y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos (Ferrés y Piscitelli, 2012). Esta dimensión presentó el nivel más bajo, con un 60% ubicado en el nivel básico y tan solo un 11,3% en el nivel avanzado.

La segunda, Ideología y Valores, también consideró tres preguntas (6, 15 y 17) que tenían por objetivo medir 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 ante ellos (Ferrés y Piscitelli, 2012). Esta dimensión presentó el

segundo nivel más bajo, situando un 55,4% como básico y tan solo un 17% como avanzado.

Por contraparte, son dos las dimensiones que exhiben los niveles más altos en el contexto de la competencia mediática: Tecnología, cuyo grupo de preguntas (13, 14 y 20) tenían por objetivo medir la capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial, además de la capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen (Ferrés y Piscitelli, 2012). Aquí los resultados indican que el 54% mostró un nivel avanzado de dominio, seguido por un 22% que se situó en el rango medio. En la segunda dimensión, correspondiente a Estética, el grupo de preguntas (5, 8 y 9) tuvo como objetivo medir la capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica, sino también de la manera cómo se comunica (Ferrés y Piscitelli, 2012). Los resultados muestran en esta dimensión un nivel de dominio avanzado, con un 43,3%, pero no representa una cifra alentadora, toda vez que, en la misma, un cercano 38% se situó en el nivel básico.

En cuanto a segmentación por género se presentan los resultados en los dos siguientes gráficos, exponiendo los niveles porcentuales alcanzados en cada una de las seis dimensiones que componen la competencia mediática: en primer término niñas; en segundo, niños.

Gráfico 3. Resultados generales de niñas expresados por dimensión

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 4. Resultados generales de niños expresados por dimensión

Fuente: elaboración propia.

Contrastando los resultados por criterio de género, no se observan diferencias significativas en los niveles de dominio, salvo en el caso de la dimensión Estética, en la que las niñas superan en un 10% a los niños en cuanto a nivel avanzado, brecha que se profundiza en el nivel básico, en el que la diferencia de resultados en favor de las primeras alcanza los 21,6 puntos porcentuales, lo que indica que las niñas muestran una mayor capacidad en cuanto a extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica, sino también de la manera cómo se comunica (Ferrés y Piscitelli, 2012).

Previo a profundizar en el cuerpo de conclusiones, es importante ofrecer antecedentes de contexto en torno al establecimiento educacional al que pertenecen los alumnos de enseñanza básica consultados en la investigación. Como ya se ha señalado, la escuela pertenece a la red pública de educación de la Provincia de Concepción y fija dirección en la comuna de Chiguayante (zona centro sur de Chile).

La promulgación de la Ley Nº 20.529 (BCN, 2011) consagró la creación del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Escolar, que tiene entre sus objetivos evaluar todos los años, a escala nacional, el logro de los contenidos y habilidades del currículo vigente de enseñanza básica, por medio de la aplicación de una prueba denominada Simce (Sistema Nacional de Evaluación de Resultados de Aprendizaje). En el contexto comunal, la escuela arrojó en las dos últimas pruebas resultados significativamente mejores respecto de los tres años anteriores, lo que la posicionó como la mejor del sistema público de su comuna, únicamente superada por algunos establecimientos educacionales particulares subvencionados.

Gráfico 5. Resultados de rendimiento de la escuela en la prueba Simce de los últimos 5 años

Fuente: Agencia de Calidad de la Educación, Chile.

La mejora de resultados exhibidos por el establecimiento educacional en las pruebas Simce coincide con la restricción de ingreso de dispositivos *smartphone* a las aulas impuesta por su máxima autoridad. La determinación adoptada por su director revela un problema que se ha instalado en la educación chilena y que se ha transformado en objeto de estudio para el Ministerio de Educación. En consulta dirigida a docentes, apoderados y directores, el 82% de ellos opinó que el uso de *smartphone* en el aula tiene un efecto negativo en el aprendizaje de los estudiantes; el 91% consideró que su uso en los recreos perjudica la socialización de los alumnos; y un considerable 88% aprobó la idea de prohibir el uso de estos dispositivos a niños y niñas que cursan la enseñanza básica (Ministerio de Educación, 2019b).

También es importante señalar que el director, en entrevista concedida en el marco de esta investigación, estima que la prohibición se correlaciona directamente con un mayor rendimiento académico de los alumnos, pues el dispositivo *smartphone* representa un elemento distractor en el proceso educativo. Declaró, además, no tener conocimiento de lo que comporta la competencia mediática, más allá de nociones intuitivas y vagas, lo que se puede explicar debido a que en Chile no existen políticas orientadas, dentro del currículo escolar, a la formación en competencia mediática o capacitaciones para docentes y directivos en la misma.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con los antecedentes previos es posible cruzar datos para la obtención de conclusiones conducentes a describir el fenómeno más allá de cifras y resultados particulares. Los resultados obtenidos de la medición de cada una de las dimensiones de la competencia mediática arrojan datos que pueden ser contrastados con el promedio del contexto iberoamericano (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018).

En el nivel Avanzado de la competencia mediática, los estudiantes consultados demostraron mayor dominio con excepción de la dimensión de Proceso de Producción y Difusión. Sin embargo, en los niveles Medio y Básico, los alumnos muestran niveles de dominio con peores resultados, en general, respecto del promedio de Iberoamérica.

Si bien es cierto que la determinación aplicada desde 2017 en orden a prohibir el ingreso de dispositivos *smartphone* a la escuela puede correlacionarse con un mejor rendimiento exhibido en las últimas dos pruebas Simce, no existe evidencia que permita atribuirle a dicha decisión incidencia alguna en el nivel de dominio de la competencia mediática de sus alumnos, entre otras cosas, porque la prueba se orienta a medir otras áreas de conocimiento comprometidas en el currículo escolar chileno, el mismo que no incorpora en ninguno de sus niveles formación en competencia mediática, sino más bien pequeñas reseñas de cómo funcionan los medios, pero no de las consecuencias de su consumo.

En términos generales, el diagnóstico revela la necesidad de incluir en el currículo escolar chileno formación en competencia mediática, pues en promedio menos de un tercio (32,5%) de los escolares participantes muestra un nivel de dominio avanzado combinando todas las dimensiones, lo que los deja en una situación vulnerable para afrontar el entorno mediático, sin herramientas que les permitan cultivar un sentido crítico ante el bombardeo de contenidos e informaciones que genera el entorno.

Existe un riesgo latente en el sistema escolar chileno, en torno de replicar el modelo que prohíbe el uso del dispositivo *smartphone*, pues en palabras del director del establecimiento en el que se desarrolló el estudio, otros padres ven como algo atractivo el implementar la norma. Ciertamente, es posible que los rendimientos académicos en las pruebas que se aplican en Chile aumenten de la mano de dicha determinación, pero solo darán cuenta de cuán bien se cumple con un estándar que, a la luz de la experiencia internacional, comienza a dar muestras de obsolescencia al desconocer el valor de la competencia mediática en el proceso de educar a la ciudadanía en el consumo de medios, empoderándolos en el uso de herramientas y en la consolidación de un sentido crítico que les permita afrontar con éxito los desafíos que impone el ecosistema mediático en el que se desenvuelven y del que son parte. Al inicio de la presente década, Mar de Fontcuberta apuntaba que Chile debía comprender la importancia de la alfabetización mediática y digital (Facultad de Comunicaciones PUC, 2011), sin embargo, su llamada a incorporarlas en las políticas públicas no ha tenido el eco esperado en el sistema educativo chileno ni en la sociedad en su conjunto.

Tabla 1. Resultados de medición de la competencia mediática de la escuela bajo estudio, contrastado con los resultados promedio del contexto iberoamericano

	Estética		Ideología y Valores		Lenguaje		Proceso de Interacción		Tecnología		Proceso de Producción y Difusión	
AVANZADO	43,3%	16%	17%	4%	37%	18,2%	32,5%	6%	54%	22,7%	11,3%	19,7%
MEDIO	18,7%	57,7%	27,7%	49,1%	49,7%	81,8%	48,5%	61,4%	22%	77%	28%	74,6%
BÁSICO	38%	26,3%	55,4%	50,5%	13,3%	0%	19%	38%	23%	0,2%	60,7%	5,7%
	Resultado del estudio	Ibero-américa	Resultado del estudio	Ibero-américa	Resultado del estudio	Ibero-américa	Resultado del estudio	Ibero-américa	Resultado del estudio	Ibero-américa	Resultado del estudio	Ibero-américa

Fuente: elaboración propia.

Mario Andrés Montaner-Bastías (mmontaner@ucsc.cl). Periodista y magister en Comunicación Creativa, además de docente universitario especializado en tecnologías de la información y competencia mediática. En su desarrollo como profesional, ha liderado proyectos de formación en competencia televisiva dirigidos a escolares chilenos, instancias que cuentan con el reconocimiento del Consejo Nacional de Televisión de

Chile y el financiamiento de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile).

Es integrante de la red de investigación internacional Alfamed y coordinador del capítulo chileno de la misma. Desde 2018, cursa estudios de postgrado en el programa de Doctorado Interuniversitario de Comunicación, dictado por las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz (España).

Bibliografía

Aguaded, I.; Marín-Gutiérrez, I. y Caldeiro-Pedreira, M. (2018). "Desarrollo de la competencia mediática en el contexto iberoamericano". *Revista Letral*, 20, pp. 156-182.

Aguaded, I. y Pérez-Rodríguez, M. (2012). "Estrategias para la alfabetización mediática: Competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía". *New Approaches in Educational Research*, 1(1), pp. 25-30.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2011). "Sistema nacional de aseguramiento de la calidad de la educación parvularia, básica y media y su fiscalización". Disponible en: <<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1028635>>. Consultado el 4 de noviembre de 2019.

Buendía, L. (1997). "La investigación por encuesta". En: Buendía, L.; Colás, P. y Hernández, F. (eds.). *Métodos de investigación en Psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.

Caldeiro-Pedreira, M. y Aguaded, I. (2015). "Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada". *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 1(9), pp. 37-56.

Consejo Nacional de Televisión, Chile (2018). *Alfabetización mediática en niños y adolescentes chilenos*. Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales. Disponible en: <<https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180105/asocfile/20180105163405/>

>. Consultado el 2 de noviembre de 2019.

Cornella, A. (2003). *"Infoxicación. Buscando un orden en la información"*. Barcelona: Infonomía.

DeSeCo. (2006). "La definición y selección de competencias clave: Resumen ejecutivo". Disponible en: <<https://www.oecd.org/pisa/35070367.pdf>>. Consultado el 4 de noviembre de 2019.

Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile (2011). "Mar de Fontcuberta: Chile tiene que entender la importancia de la alfabetización mediática y digital". Disponible en: <<http://comunicaciones.uc.cl/mar-de-fontcuberta-chile-tiene-que-entender-la-importancia-de-la-alfabetizacion-mediatica-y-digital/>>. Consultado el 8 de noviembre de 2019.

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

Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). "La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores". *Revista Comunicar*, 38, pp. 75-82.

García, R. y Rivera, D. (2013). "Competencia mediática ante la Agenda Setting: parámetros de actuación a nivel educativo". *Chasqui*, 124, pp. 50-56.

Hernández-Sampieri, R.; Fernández-Collado C. y Baptista-Lucio. P. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Marín, I.; Rivera, D. y Celly, S. (2014). "Estudio sobre formación en competencia audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador". *Cuadernos.info*, 35, pp. 119-131. Disponible en: <<https://dx.doi.org/10.7764/cdi.35.628>>. Consultado el 15 de octubre de 2019.

Ministerio de Educación, Chile (2019a). "Más información mejor educación": Ficha Establecimiento. Disponible en: <<http://www.mime.mineduc.cl/mvc/mime/ficha?rbd=4576>>. Consultado el 15 de noviembre de 2019.

—. (2019b). "Consulta nacional apoderados y docentes: Uso de celulares en las escuelas liceos y colegios". Disponible en: <<https://www.mineduc.cl/wp-content/uploads/sites/19/2019/08/consultacelulares.pdf>>. Consultado el 15 de noviembre de 2019.

Parlamento Europeo, Comisión de Cultura y Educación (2008). "Informe sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital". Disponible en: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0461+0+DOC+XML+V0//ES>>. Consultado el 4 de noviembre de 2019.

Pérez-Rodríguez, A. y Delgado, Á. (2012). "From Digital and Audiovisual Competence to Media Competence: Dimensions and Indicators". *Comunicar*, 39 (20), pp. 25-34.

Pérez-Tornero, J. (2005). "El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios". *Revista Comunicar*, 25, pp. 247-258.

Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants". *On The Horizon*, 5(9), pp. 1-6.

Reyzábal, M. (2012). "Las competencias comunicativas y lingüísticas, clave para la calidad educativa". *REICE, Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 4(10), pp. 64-77.