



## Empoderar a la ciudadanía mediante la educación en medios digitales

*Empower citizenship through education in digital media*

Rosa García-Ruiz<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0003-1445-6968>

Universidad de Cantabria, España

Ana Pérez-Escoda<sup>2</sup>

<http://orcid.org/0000-0002-4895-0043>

Universidad Antonio Nebrija, España

Recibido: 13-04-2019

Aceptado: 25-07-2019

### CITA RECOMENDADA

García-Ruiz, R. & Pérez-Escoda, A. (2019). Empoderar a la ciudadanía mediante la educación en medios digitales. *Hamut'ay*, 6(2), 7-23.

<http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v6i2.1771>

### RESUMEN

La educación sigue siendo un valor sustancial en la sociedad actual, por lo que se avanza permanentemente por adaptar sus fines y contenidos a las necesidades y retos que se le plantea a la ciudadanía. En este contexto digitalizado y tecnológico, el uso de Internet ha supuesto una oportunidad sin precedentes para los sistemas educativos provocando que la innovación educativa desarrolle nuevas formas de aprender y de enseñar, y se favorezca la aparición de nuevos roles en docentes y estudiantes, no solo como consumidores de recursos y medios digitales, sino como creadores de contenidos que comparten con la comunidad. Empoderar a la ciudadanía en el uso adecuado de los medios digitales requiere la adaptación del currículo para favorecer la competencia mediática en la comunidad educativa. En este trabajo se presentan los resultados de un estudio descriptivo, en el que se propone como objetivo conocer los intereses y necesidades de ambos colectivos, 79 docentes y 436 estudiantes, pertenecientes a Educación Secundaria de varias regiones españolas, así como sus propuestas de cambio en el currículo para lograr el empoderamiento de los ciudadanos prosumidores, recogidas mediante encuestas. Los resultados señalan que los jóvenes usan principalmente Whatsapp, Youtube e Instagram y para aprender utilizan Office, Drive y Youtube, demandando formación en edición de fotos y vídeos. Los docentes creen que es necesario educar en valores en el uso de las Redes y en la búsqueda de información en Internet. Como conclusión, docentes y estudiantes plantean contenidos necesarios para el desarrollo de la competencia mediática y digital en las prácticas educativas.

**Palabras Clave:** Alfabetización mediática, recursos digitales, medios digitales.

1 Profesora de la Universidad de Cantabria (España), experta en Alfabetización mediática y digital. Editora adjunta de la revista Comunicar (JCR-Q1) y de Alteridad. Revista de Educación. Miembro de la Red Alfamed. Email: [rosa.garcia@unican.es](mailto:rosa.garcia@unican.es)

2 Profesora de la Universidad Antonio Nebrija (España), experta en Competencias digitales y Alfabetización Mediática. Editora adjunta de la revista Comunicar (JCR-Q1) y de la revista Sophia. Miembro de la Red Alfamed. Email: [panda@usal.es](mailto:panda@usal.es)



## ABSTRACT

Education is still a substantial value in today's society, and that is why we are permanently moving forward in adapting its purposes and contents to the necessities and challenges that citizenship faces. In this digitalized and technological context, the use of the Internet has entailed an opportunity without precedents for the education system, enrolling educational innovation in the development of new ways of learning and teaching that favored the appearance of new roles in teachers and students, not only as digital resources and media's consumers, but also as creators of content shared with the community. Empowering citizenship in the correct use of digital media requires the adaptation of the curriculum to favor media competence in the educational community. In this paper, the results of a descriptive research are presented, in which the objective is to know the interests and necessities of 79 teachers and 436 students of Secondary Education of different Spanish regions, as well as their proposals of a change in the curriculum in order to achieve the empowerment of prosumer citizens. Data was collected through surveys. The results indicate that young people mainly use Whatsapp, YouTube and Instagram and to learn they use Office, Drive and YouTube, demanding training in photo and video editing. Teachers believe that it is necessary to educate in values in the use of networks and in the search for information on the Internet. In conclusion, teachers and students suggest the content necessary for the development of the media and digital competence in educational practices.

**Keywords:** Media literacy, digital recourses, digital media.

## INTRODUCCIÓN

Educar para los nuevos medios implica comprender que nos encontramos en un nuevo contexto, influenciado en todos los ámbitos por el acceso a Internet y por el avance imparable de las tecnologías. Los expertos han estudiado los cambios producidos y han llegado a desarrollar teorías sobre la caracterización de las diferentes generaciones que se han visto inmersas en la vorágine de lo digital, de la aldea global, del ciberespacio, en las que la educación es fundamental, así como el rol del profesorado como experto en el uso de los recursos digitales (Prensky, 2016).

En este contexto digitalizado, algunas de las etiquetas con las que se trata de categorizar a los usuarios de los recursos digitales más conocidas van desde la Generación digital formada por los conocidos Nativos digitales, a la Generación Net, los Millennials, la Generación interactiva o la Generación líquida, donde el conocimiento ya no es algo sólido, estanco, que se aprenda en las aulas,

en los libros, sino que se escapa de nuestro alcance, que fluye en todo nuestro entorno. Todas estas generaciones están marcadas por el uso de las tecnologías para comunicarse, para acceder a la información y compartirla.

En el ámbito educativo somos conscientes de que Internet es una herramienta muy poderosa y que el uso que se haga de ella requiere una formación específica para comprender la ambivalencia o duplicidad de sus posibilidades y repercusiones.

Por una parte, Internet nos ofrece el acceso al conocimiento, desde cualquier lugar y desde múltiples dispositivos o pantallas, nos facilita la difusión de la información en tiempo real, permite el intercambio de experiencias con personas de todo el mundo, nos ofrece nuevas vías de comunicación, de estar en red y de permanecer conectados.

Pero también es cierto que un uso inadecuado de Internet puede provocar serios problemas o dificultades que nos debe hacer permanecer alertas

de manera permanente. Un uso inadecuado de Internet provoca que suframos la infoxicación de los medios, es decir, el no saber tomar decisiones adecuadas por la cantidad de información de la que disponemos, sin tener un criterio claro sobre cómo manejarla. Por otro lado, Internet conlleva riesgos para la salud, pérdida de identidad, y no solo cuando pensamos en adolescentes o jóvenes, la manipulación de nuestra voluntad, sin ser conscientes de ello, incluso algunos expertos hablan ya de adicción, con términos como la Nomofobia, y otros que irán surgiendo.

Está demostrado por los expertos que el acceso a Internet tiene sus ventajas y sus inconvenientes, y que nadie está exento de asumir determinados riesgos al navegar en la Red, al compartir sus datos, al abrirse al mundo digital y mediático (Gairín & Mercader, 2018; ), aunque en ocasiones los adolescentes o los jóvenes no sean conscientes de los riesgos asociados (Alfaro et al., 2015; Gairín Sallán & Mercader, 2018) o de los motivos por lo que usan unas u otras redes o sitios web (García-Ruiz, Tirado Morueta & Hernando Gómez, 2018). Ser consciente de esta visión global, es asumir que, según plantea Sampedro (2018) en su libro “Dietética digital. Para adelgazar al gran hermano”, existen dos enfoques diferenciados para comprender nuestra relación con los medios digitales, un enfoque de carácter médico, que considera que los usuarios de Internet somos pacientes que asumimos un riesgo permanente, del que se derivan múltiples efectos negativos, como la adicción, el insomnio, la falta de atención, etc. Y un segundo enfoque, que denomina policial, desde el cual los expertos avisan de los riesgos que debemos asumir al facilitar nuestros datos en Internet y en las Redes Sociales, como la pérdida de información, la suplantación de identidad, el ciberacoso, el sexting, etc. Ante estas dos maneras negativas de comprender nuestra relación con los nuevos medios, este autor plantea un enfoque más positivo, centrado en educar en el uso correcto de estos recursos mediáticos, y propone una dieta digital basada en una serie de menús que sirvan al ciudadano de autoayuda y autodefensa para usar la tecnología de manera adecuada.

Respecto al ámbito educativo, convivir con los nuevos medios implica que éstos deben entrar en

las aulas, y cambiar de una manera relevante el contexto escolar, teniendo en cuenta, tal y como plantea Renés (2019) la importancia de los valores sociales asociados al uso de la tecnología en la Sociedad Red. Para ello no solo es necesario incorporar nuevos recursos digitales y mediáticos, sino que es preciso trabajar con nuevas metodologías, activas, no transmisivas, nuevas formas de evaluación, del proceso y no solo del resultado, de lo memorístico. Según Amar & Isola (2014), en la escuela se perpetúan las desigualdades sociales ante la tecnología, lo que Buckingham (2018) denomina la brecha digital, puesto que muchas familias no pueden tener acceso a estos recursos en sus hogares, pero también hay una brecha digital entre lo que se enseña al respecto en la escuela y lo que los jóvenes demandan para hacer un uso adecuado y aprovechar al máximo las potencialidades de los recursos digitales.

En este contexto se plantea el sentido y relevancia de esta investigación, que se propone como objetivos: i. Conocer qué uso hacen los estudiantes adolescentes de Internet, las redes sociales y los recursos digitales. ii. Definir cuáles son sus preferencias de uso e identificar qué necesidades formativas tienen para mejorar su competencia mediática y digital como jóvenes prosumidores. iii. Conocer la perspectiva del profesorado respecto a su nivel de competencia mediática y digital, su valoración sobre lo que Internet les aporta a los estudiantes y cuáles consideran que son los contenidos a incorporar en el currículo para mejorar la alfabetización mediática de los jóvenes estudiantes

### La escuela permeable a la tecnología

La escuela está cambiando, se están llevando a cabo proyectos muy interesantes que combinan la alfabetización tradicional con los recursos digitales, con nuevos dispositivos y recursos que permiten acceder al contenido de una forma diferente, pensemos en la realidad aumentada, la realidad virtual, la robótica, el visionado de vídeos, etc. En esta línea, resulta un complemento muy interesante el decálogo propuesto por Gairín & Mercader (2018) respecto al establecimiento de una guía de actuación para los centros educativos, que contemple la autoprotección de datos en los dife-

rentes dispositivos que se manejan en el centro, restricciones en el acceso a determinadas páginas web o programas de televisión, involucrando a las familias, configurando antivirus en todos los dispositivos de acceso a Internet, estableciendo una serie de normas y reglas para hacer un uso correcto de Internet y sus múltiples posibilidades, pactando horarios para que los adolescentes pasen un tiempo determinado conectados a la red y consumiendo productos adecuados a su edad, y finalmente, compartiendo espacios comunes para el uso de los dispositivos y que no quede solo en la privacidad de los adolescentes.

Se está favoreciendo el desarrollo de las competencias necesarias para ser un ciudadano del siglo XXI. Y esto conlleva comprender también que el aprendizaje no solo se produce en el contexto escolar, sino que están surgiendo nuevas teorías sobre el aprendizaje, como el conectivismo, que lo convierten en flexible, continuo, compartido, ilimitado; nuevos modos de aprender como el Mobile learning, el Blended Learning (Bartolomé, García-Ruiz & Aguaded, 2018) o el Social Learning. Esto implica que somos ciudadanos hiperconectados, que compartimos el conocimiento a través de la Red, que manejamos múltiples lenguajes y soportes para aprender y para difundir el aprendizaje creado por todos.

### Apoyo institucional para respaldar el Multialfabetismo

Es en este contexto digitalizado en el que están conviviendo diferentes alfabetizaciones: la alfabetización tradicional que transmite una cultura básica y unas destrezas fundamentales vinculadas a la lectura y la escritura, la alfabetización digital que permite el manejo de herramientas, de apps y múltiples recursos y soportes digitales para enseñar y aprender; la alfabetización información que mejora el acceso, filtrado y gestión de la información y la alfabetización mediática, sobre la cuál profundizaremos en los próximos apartados.

Este contexto en el que hemos pasado de la alfabetización tradicional a la multialfabetización, está definido por organismos internacionales, que desde hace varios años están trabajando de manera incansable por mejorar la educación en todo

el mundo. En función de qué organismo tomemos como fuente de información veremos que se manejan diversos conceptos como es la Alfabetización mediática, la Alfabetización digital o la Alfabetización Mediática e Informacional, como plantea a la Unesco. La ONU, la Comisión Europea y la Unesco, de manera especial, están permanentemente avanzando por mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de la nueva era, sin dejar de lado a colectivos vulnerables, y especialmente a los docentes como verdaderos artífices del necesario cambio.

### Alfabetización mediática: repercusión y limitaciones

Debemos comenzar por definir qué es la Alfabetización Mediática, y para ello, tomando como referencia las aportaciones de diferentes organismos y expertos, podemos establecer que se trata de la capacidad de acceso, comprensión, creación y evaluación crítica de los distintos medios de comunicación y de sus contenidos. Su objetivo es aumentar la concienciación de los ciudadanos sobre los mensajes que nos rodean, potenciando una ciudadanía activa y crítica en la sociedad actual.

Y en este sentido, podemos llegar a comprender que la Competencia Mediática sería el conjunto de conocimientos, destrezas o habilidades, y actitudes que un ciudadano posee para ser capaz de percibir, analizar y producir los mensajes que se transmiten en los distintos medios, usándolos para satisfacer sus necesidades de comunicación, expresión, formación o información, garantizando sus derechos fundamentales.

Diferentes expertos han tratado de analizar el alcance de la alfabetización mediática, estableciendo una serie de dimensiones que permiten una comprensión de todas sus implicaciones y facilitan la conceptualización de la competencia mediática. Así Ferrés (2007) establece seis dimensiones que se concretan en torno a dos ámbitos, el de la difusión de contenidos mediáticos y el de la recepción de los mismos: lenguaje, tecnología, procesos de producción y programación, ideología y valores, recepción y audiencia, y estética. Posteriormente Pérez-Tornero (2013) establece dos tipos de dimensiones, una más vinculada a las competencias

individuales, en relación al uso, la comunicación y la comprensión crítica de los mensajes, y otra vinculada a los factores contextuales y el acceso a los recursos y medios digitales.

A partir de estas y otras propuestas de expertos, Pérez-Rodríguez & Delgado (2018) plantean una propuesta novedosa y holística respecto a la alfabetización mediática, estructurando su significado en tres grandes dimensiones: el conocimiento, la dimensión y la expresión de contenidos audiovisuales. Como se puede ver en la Figura 1, cada una de estas dimensiones, se estructura a su vez en diferentes ámbitos competenciales que permiten el desarrollo de la competencia mediática, a partir de la adquisición de conocimientos sobre la comunicación, la creación de mensajes y la participación ciudadana.

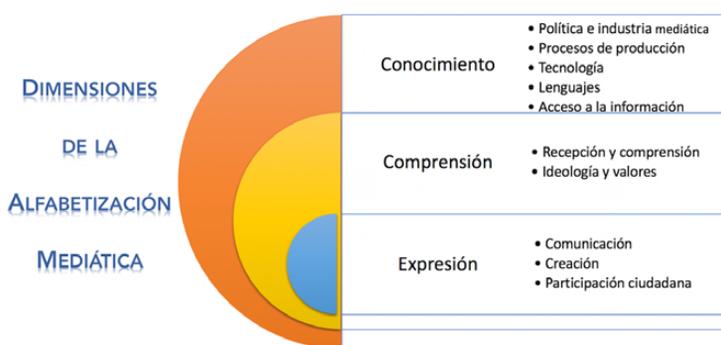


Figura 1. Dimensiones de la alfabetización mediática  
Fuente: Elaboración propia a partir de Pérez-Rodríguez & Delgado, (2018)

Resulta especialmente interesante esta propuesta en cuanto a la repercusión de los ámbitos de Comprensión y Expresión. Si pensamos en la imagen de Ayllán, el niño sirio que fue encontrado muerto por los militares después de un combate, comprendemos la crudeza de una guerra, especialmente para los más inocentes, y cómo esta imagen pudo cambiar la mente de muchísimas personas, tal y como lo analizan De Andrés, Nos-Aldas & García-Matilla (2016).

Respecto al ámbito de la comprensión y sus implicaciones, es preciso tener en cuenta que comprender un mensaje supone analizar cómo lo recibimos y cómo lo comprendemos, lo cual implica tener en cuenta que la audiencia es activa y participativa, que ante la recepción de un mensaje

mostramos determinados intereses y nos sentimos atraídos o decepcionados de diferente forma y que ante la comprensión de un mensaje, de determinadas imágenes, o “emojis”, nos emocionamos, cada uno de una manera distinta, pero además hacemos valoraciones racionales de los mensajes.

En este mismo ámbito, la comprensión de los mensajes mediáticos lleva implícita el análisis crítico de la ideología y los valores que los acompañan. Es preciso analizar y descubrir la objetividad y la fiabilidad de la información y, por tanto, de sus fuentes. Por otro lado, los ciudadanos debemos poder diferenciar entre la realidad y la imagen o información que nos transmiten los medios, siempre manipulada y no neutral y, por último, es preciso comprender que todo mensaje tiene unos intereses, tiene una intención y que está acompañado de una serie de valores, en ocasiones visibles y en otras muchas, ocultos.

En función del significado que cada organismo o institución le aporta a la alfabetización mediática, se pone de manifiesto un interés común por mejorar la educación mediática de la ciudadanía, que se está concretando en diferentes actuaciones, recomendaciones y avances significativos a nivel conceptual y pragmático.

### Propuestas institucionales para lograr una ciudadanía mediática

La Unión Europea publicó la Carta Europea para la Alfabetización en medios estableciendo cuáles son las capacidades que debe alcanzar un ciudadano alfabetizado en medios que pueden observarse en la siguiente Tabla:

Tabla 1. Capacidades de un ciudadano alfabetizado en medios, según la Unión Europea

Capacidades
Usar las tecnologías mediáticas para acceder, conservar, recuperar y compartir contenidos para satisfacer las necesidades e intereses individuales y colectivos
Tener competencias de acceso e información de la gran diversidad de alternativas respecto a los tipos de medios que existen, así como a los contenidos provenientes de distintas fuentes culturales e institucionales
Comprender cómo y por qué se producen los contenidos mediáticos

Capacidades
Analizar de forma crítica las técnicas, lenguajes y códigos empleados por los medios y los mensajes que transmiten
Usar los medios creativamente para expresar y comunicar ideas, información y opiniones
Identificar y evitar o intercambiar contenidos mediáticos y servicios que puedan ser ofensivos, nocivos o no solicitados
Hacer un uso efectivo de los medios en el ejercicio de sus derechos democráticos y sus responsabilidades civiles
Ser capaz de acceder a la información que se desea, comprender cómo y por qué se producen los mensajes, saber expresarse y comunicar de manera eficaz, haciendo un uso efectivo de los medios, siendo responsable y disfrutando de los derechos de un ciudadano

Fuente: Elaboración propia (2019)

Entre las propuestas de actuación europeas se insiste en la conveniencia de la introducción de una asignatura obligatoria en todos los niveles educativos, de carácter práctico y multidisciplinar; en la mejora de la formación inicial y permanente de los docentes, en la dotación suficiente de infraestructuras y recursos a los centros educativos y en la difusión del conocimiento científico mediante proyectos de investigación. Esta misma propuesta la apoya Buckingham (2008), al plantear la necesidad de incluir en la educación obligatoria la asignatura “Alfabetización en medios”, para superar las limitaciones de la enseñanza más instrumental de la tecnología que ha imperado en los centros educativos hasta la fecha.

La Unesco es uno de los organismos internacionales que mayor impacto están teniendo en el ámbito educativo para mejorar la educación para los nuevos medios y especialmente en la formación permanente del profesorado, favoreciendo que los docentes sean realmente prosumidores. Entre sus actuaciones, ha publicado las 5 leyes de la Alfabetización Mediática e Informacional, denominada MIL.

Dichas leyes establecen en la Ley 1 que la información y sus múltiples fuentes y soportes han de facilitar la comunicación para el compromiso de la sociedad civil y el desarrollo sostenible. La Ley 2 indica que cada ciudadano es creador de contenido y transmisor de mensajes y debe expresarse libremente, ejerciendo sus derechos. La Ley 3 establece que los recursos MIL deben utilizarse de manera fiable y comprensible para todos los ciu-

dadanos. La Ley 4 establece que todos los ciudadanos deben dominar nuevos mensajes y formas de comunicarlos y han de poder acceder a la información garantizando sus derechos. Por último, la Ley 5 establece que la alfabetización mediática e informacional se adquiere a lo largo de toda la vida, puesto que incluye competencias para acceder, evaluar, asignar, producir y compartir contenidos e información mediática.

Concretamente, en el ámbito educativo europeo, la competencia digital es la que está incluida en el curriculum de las etapas obligatorias, y es regulada por el Marco Europeo de la Competencia Digital, que en España se aplica a la Competencia Digital Docente, inspirada tanto en el DIGCOMP para todo ciudadano europeo, en torno a cinco áreas competenciales, como en el DIGCOMP-edu, destinado específicamente a un docente digitalizado, que ha de caracterizarse por un fuerte compromiso profesional con los recursos digitales, aplicando nuevas pedagogías y formas de evaluación y logrando que sus estudiantes logren adquirir un nivel adecuado de competencia digital. Todo ello se concreta en España en el Marco de la Competencia Digital Docente.

Son numerosos los estudios publicados sobre el grado de competencia digital de los docentes como de los estudiantes, así como del grado de competencia mediática. En ambos casos, es complicado tener un conocimiento preciso de ambas competencias, puesto que una competencia demuestra un grado de destreza o habilidad en un ámbito de conocimiento, y muchos de los estudios que se realizan no miden dichas destrezas, sino que se basan en pruebas de autopercepción del encuestado, o en pruebas objetivas que miden conocimiento, pero no habilidad y tampoco actitud. Sin embargo, se están llevando a cabo estudios rigurosos que tratan de avanzar en el estado de la cuestión, para que los docentes y los expertos puedan tomar decisiones acertadas sobre las competencias a desarrollar en los planes de estudio de los diferentes niveles educativos, puesto algunos trabajos de gran embergadura en cuanto a la muestra encuestada, ponen de manifiesto un bajo nivel de competencia mediática en la ciudadanía (Aguaded, Marín Guitérrez & Caldeiro Pedreira, 2018) y la ausencia de competencias

mediáticas e informacionales (Romero-Rodríguez, Torres-Tokoumidis, Pérez-Rodríguez & Aguaded (2016). Otros de los trabajos más reconocidos vinculados a estos objetos de estudio son los de González, Ramírez & Salcines (2018) y Ramírez & González (2016) que se enfocan en la competencia mediática de docentes y padres de estudiantes; Caldeiro-Pedreira, Maraver-López & Marín-Gutiérrez (2017); García-Ruiz, Ramírez & Rodríguez (2014), con estudiantes vinculados a varias etapas; Romero-Rodríguez, Contreras-Pulido & Pérez-Rodríguez (2019); Pérez-Escoda, Castro-Zubizarreta & Fandos (2016), que analizan la competencia digital de la denominada Generación Z, o Hernández & San Nicolás (2019), en estudiantes universitarios, o su capacidad y preferencia por crear contenidos (Herrero-Diz, Ramos-Serrano & Nó, 2016); Area, Cepeda & Feliciano (2008), que se centran en los docentes y en el uso de las tecnologías, o Roig & Pascual (2015) que se focalizan en la competencia digital de los futuros docentes.

A partir de los avances que suponen los resultados de estos trabajos, se puede observar que se están cambiando las políticas educativas en cuanto a la incorporación de nuevos recursos digitales en las aulas, aprovechamiento de los medios de comunicación para favorecer nuevas destrezas necesarias para la vida en el aula y fuera del aula, metodologías que se apoyan en tecnologías, o innovaciones educativas diversas que favorecen el desarrollo de competencias mediáticas y digitales (Caldeiro Pedreira, Aguaded & Pérez Rodríguez, 2019; Renés-Arellano, Caldeiro-Pedreira, Rodríguez-Rosell & Aguaded, 2018; Delgado-Ponce & Pérez-Rodríguez, 2014), tan relevantes para el empoderamiento de la ciudadanía, tal y como se ha argumentado anteriormente.

En este contexto, cabe destacar que la mayoría de las decisiones que se están tomando al respecto tienen en cuenta los resultados de los estudios mencionados y de otros muchos, sin embargo, se detecta una carencia respecto a investigaciones que recogen la información desde el punto de vista de los propios estudiantes, más allá de conocer las tendencias en el uso de dispositivos y tecnologías, o sobre la percepción de riesgos derivados del uso de Internet, o respecto a los motivos por los

que se utilizan unos u otros dispositivos, recursos o redes (García-Ruiz, Tirado Morueta & Hernando Gómez, 2018; Bonilla-del-Río, García-Ruiz & Pérez Escoda, 2019. García Galera & Fernández Muñoz, 2016). Son muchos menos los estudios que ahondan en lo que los estudiantes quieren aprender, necesitan utilizar para apropiarse de los nuevos medios y poder comprender de una manera crítica los mensajes que reciben, así como de producir de una forma responsable, segura, ética y libre, sus propios contenidos en el ciberespacio.

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Participantes

La investigación llevada a cabo tiene un alcance internacional puesto que se está trabajando en el entorno de la Red Euroamericana de Investigadores en Competencias Mediáticas, Alfamed, de la que forman parte 15 países, y en la que se han implicado investigadores de Chile, Colombia, México, Ecuador y España. Así mismo, se están recogiendo datos en centros educativos de Estados Unidos, República Checa y Australia. En esta primera fase se ha concluido con la recogida de datos en España, cuyos datos se reflejan en este trabajo.

La población de este estudio corresponde a los estudiantes y docentes españoles del último curso de la Educación Secundaria Obligatoria, participando como muestra de conveniencia, un total de 436 adolescentes de entre 14 y 16 años de edad y 79 docentes de las capitales de provincia que se indican en la Tabla 2, y que no pretende ser representativa de la población.

**Tabla 2**

Distribución de la muestra

Provincia	Centro público	Centro privado	Nº estudiantes	Nº profesores
Cantabria	3	2	109	23
Asturias	2	2	126	12
Salamanca	3	2	105	25
La Coruña	2	2	96	19
TOTAL	10	8	436	79

Fuente: Elaboración propia (2019).

### Instrumento

Para recoger la opinión de estudiantes y de docentes se han diseñado sendos cuestionarios que se han aplicado en un soporte online, para tratar de conocer la realidad de sus vivencias con los recursos digitales y mediáticos y dar respuesta a los objetivos planteados.

El instrumento dirigido a los estudiantes se estructura en cuatro dimensiones, que se concretan en 17 ítems. El tipo de respuesta es una escala Likert en la que han de seleccionar de 1 a 5 su grado de acuerdo o desacuerdo con diferentes afirmaciones y con escala dicotómica (Si-No) en otras.

El cuestionario dirigido a docentes sigue la misma estructura, pero se compone de tres dimensiones con un total de 15 ítems. El tipo de respuesta es el mismo, en unos ítems escala Likert y en otros dicotómica.

La fiabilidad del cuestionario de estudiantes arroja un índice de 0,79 y el cuestionario de docentes obtiene un índice de 0,87. Ambos son considerados fiables para la investigación.

La validación de los cuestionarios se logró mediante la aplicación de la técnica Delphi, en la que tomaron parte un grupo de investigadores vinculados al proyecto, de cuatro universidades diferentes.

### Tipo y diseño de estudio

Para el desarrollo de esta investigación se ha optado por una metodología de corte cuantitativo, con un enfoque empírico analítico, siguiendo un diseño no experimental, descriptivo, exploratorio.

### Procedimiento

Para llevar a cabo la investigación, en una primera fase se procedió al diseño del instrumento y a su aplicación a una muestra piloto en un centro educativo español, previa solicitud a la dirección para su autorización y entrega del consentimiento informado de la investigación. Después de aplicarlo, se procedió a modificar los ítems que presentaban problemas debido a la falta de claridad en su redacción que daba lugar a posibles interpretaciones por parte de estudiantes y de do-

centes. Junto al cuestionario se abrió una ronda de revisiones para que los encuestados aportasen su valoración respecto a ambos instrumentos. En una segunda fase se reelaboraron los cuestionarios y se aplicaron a una nueva muestra piloto en el mismo centro educativo, pero a distintos estudiantes y docentes, unos meses después. Una vez validado el instrumento se procedió a su procesamiento digital. En una tercera fase se aplicó el instrumento en las diferentes muestras que conforman el estudio y se recogieron los datos, que fueron analizados con el programa SPSS.

### Confidencialidad o Consentimiento informado

En cada centro educativo se solicitó autorización para participar en el estudio y se garantizó la confidencialidad de las respuestas de los cuestionarios aplicados.

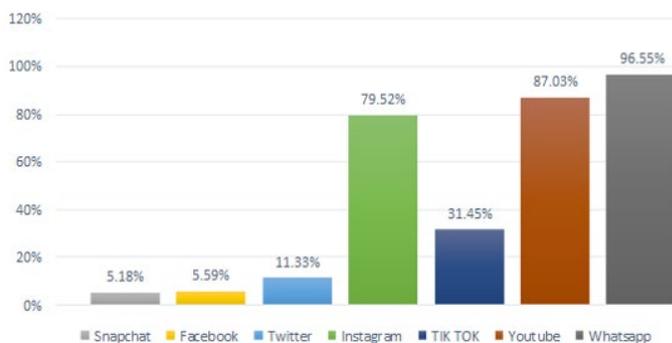
## RESULTADOS

Para dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación y tras analizar los resultados obtenidos de la recogida de información, se procederá a presentar los resultados extraídos de las respuestas de los estudiantes a los cuatro ítems que dan respuesta a los objetivos de este trabajo (Ver anexo 1). A continuación, los resultados aportados por los docentes a los tres ítems relacionados con este estudio, y finalmente se tratará de aproximar ambas posturas para identificar puntos de encuentro que permitan establecer un mapeo de necesidades de formación de ambos colectivos.

### Uso de Internet, redes sociales y recursos digitales por adolescentes

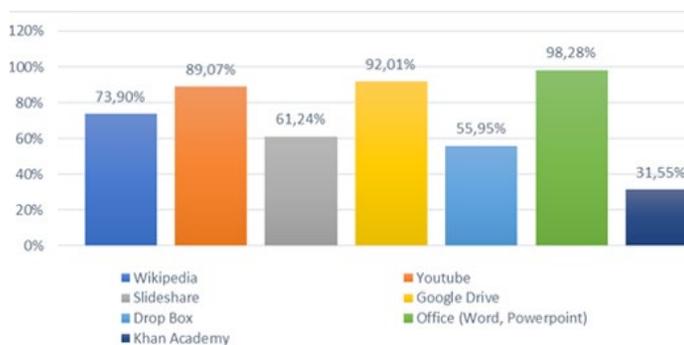
Respecto a este primer objetivo, los estudiantes de educación secundaria españoles que han participado en el estudio indican sus preferencias por redes sociales de comunicación instantánea como Whatsapp, utilizada por el 96,55% de los encuestados, como puede apreciarse en la Figura 2. El 87,03% de estos estudiantes utilizan Youtube como canal de vídeos en el que pueden seguir vídeos de otros youtubers, o crear tu propio canal

y compartir tus propios vídeos. Instagram es otra de las redes sociales favoritas para el 79,52% de estos jóvenes.



**Figura 2.**  
Redes sociales más utilizadas por los adolescentes.  
Fuente: Elaboración propia (2019).

En la Figura 2 observamos también que TIK TOK, anteriormente conocida como Musicaly es utilizada por un porcentaje mucho menor de jóvenes de entre 14 y 16 años. Respecto a las redes sociales más conocidas o usadas por los adultos, como Facebook y Twitter, comprobamos que son muy pocos los adolescentes que las utilizan, un 5,18% y un 11,33% respectivamente. Por último, encontramos que Snapchat es utilizada solo por el 5,18% de los encuestados.



**Figura 3.**  
Recursos digitales utilizados por adolescentes para aprender.  
Fuente: Elaboración propia (2019).

Respecto a los recursos digitales y mediáticos que los adolescentes utilizan para aprender o realizar actividades vinculadas con las tareas escolares que los docentes proponen en diferentes asignaturas, puede observarse en la Figura 3 que hay una variedad importante de recursos, con diferentes utilidades, pero sin duda, con infinitas posibilidades

para mejorar el proceso de aprendizaje si se utilizan de manera adecuada.

Los adolescentes españoles que han participado en el estudio tienen una clara preferencia por el manejo del paquete Office, y en concreto por el uso de herramientas como Word para la edición de textos y Powerpoint para realizar presentaciones. Google Drive es utilizado por el 92,01% de los estudiantes para compartir contenidos con los compañeros. El canal de vídeos Youtube es utilizado por el 89,07% de los estudiantes como recurso didáctico en el que pueden encontrar contenidos interesantes o poder publicar los propios vídeos editados. Wikipedia es utilizado por un elevado porcentaje de adolescentes (73,90%) para mejorar su propio aprendizaje. Otro recurso utilizado para la búsqueda de información por el 61,24% de los adolescentes encuestados es Slideshare, un sitio web considerado una red, en la que se pueden consultar documentos compartidos por otros usuarios sobre diferentes temáticas, además de crear su propia cuenta y subir y compartir documento o ficheros propios.

En menor medida (55,95%) es utilizado Dropbox, un servicio de alojamiento de archivos en la red, que permite compartirlos con otros usuarios. Y, por último, tan solo un 31,55% de los estudiantes encuestados utilizan Khan Academy como recurso didáctico.

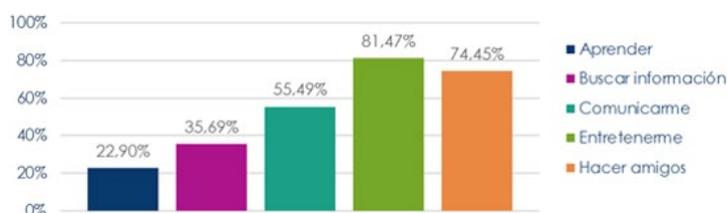
A continuación, se detallará en dos partes el objetivo dos referido a sus preferencias de uso e identificar qué necesidades formativas tienen para mejorar su competencia mediática y digital como jóvenes prosumidores.

### Preferencias de uso por adolescentes

Los adolescentes españoles encuestados tienen claro cuáles son las utilidades de Internet, y ante una serie de posibilidades de uso que se les ofrece, el entretenimiento es el principal uso que le dan a su conexión. Para el 81,47% entretenerse es el principal motivo por el que se conectan a Internet. Posiblemente relacionado con la etapa vital en la que están viviendo, en la que la socialización es un factor fundamental y las redes sociales e Internet, en general, les permiten un

mundo de posibilidades inmenso para ampliar su red de contactos y sus amistades. Así lo demuestra el 74,45% de adolescentes que utiliza Internet para hacer amigos. También coinciden en un 55,49% al utilizar Internet para comunicarse con los otros. En menor porcentaje, tan solo un 35,69% utilizan Internet para buscar información, y solo un 22,90% de ellos lo utilizan para aprender. Este resultado pone en evidencia que la etapa de educación secundaria continúa con un modelo trasmisivo de contenidos, en el que el docente ofrece el contenido a trabajar en el aula en formatos tradicionales, y que aún no se ha dado el paso a favorecer el aprendizaje mediante la red.

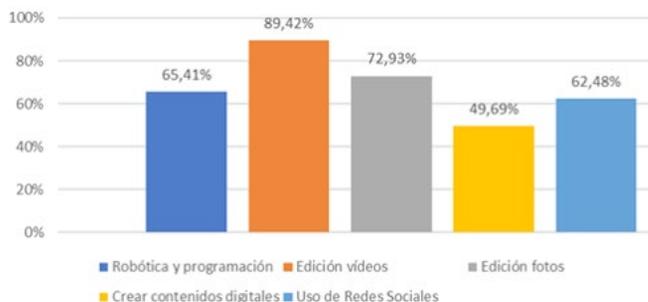
Cabe destacar que uno de los centros en los que se ha aplicado esta encuesta, es un referente en cuanto a la digitalización de los contenidos y a las prácticas de aula, y en este caso, los datos difieren significativamente, en cuanto a que los adolescentes de este centro manifiestan un interés por usar Internet para buscar información (75,46%) y aprovechan el potencial de Internet para mejorar su aprendizaje en un porcentaje mayor (63,34%) que en los otros centros.



**Figura 4.**  
Preferencias de uso de Internet para adolescentes.  
Fuente: Elaboración propia (2019).

### Necesidades de formación por los adolescentes

La aportación más relevante de esta investigación al estado del arte es sin duda haber logrado recoger las opiniones de los estudiantes adolescentes respecto a lo que están interesados en aprender para mejorar su competencia mediática y digital. El análisis de las respuestas recogidas nos permite un acercamiento hacia el diseño de un currículum que se acerque a las demandas de la sociedad actual, de los chicos y chicas que conviven con los medios y las pantallas de manera permanente.



**Figura 5.**  
Contenidos de la Alfabetización Mediática para adolescentes.  
Fuente: Elaboración propia (2019).

Como puede apreciarse en la Figura 4, los estudiantes adolescentes de entre 14 y 16 años que han respondido a nuestro cuestionario manifiestan un interés preferente por aprender a editar vídeos (89,42%) y fotografías (72,93%) para poder compartirlas en las diferentes redes sociales. Le siguen en preferencias la demanda de formación en robótica y programación (65,41%) para favorecer el desarrollo del pensamiento computacional y todas las habilidades relacionadas. Así mismo, los adolescentes reclaman de sus profesores que les enseñen a manejar las redes sociales de manera correcta, para sacar el máximo provecho, incluso a nivel profesional como futuros youtubers, instagramers o influencers.

Respecto al objetivo tres sobre el conocer la perspectiva del profesorado respecto a su nivel de competencia mediática y digital, su valoración sobre lo que Internet les aporta a los estudiantes y cuáles consideran que son los contenidos a incorporar en el currículo para mejorar la alfabetización mediática de los jóvenes estudiantes, se describe de manera desglosada en los siguientes apartados al haber encontrado aspectos relevantes en el análisis realizado. Asimismo, mencionar que el trabajo llevado a cabo con los docentes de los centros educativos participantes en la investigación ha requerido unos contactos previos para que conocieran el tema sobre el que se apoya el estudio. Se han compartido opiniones, experiencias, dudas y propuestas innovadoras, que han dado lugar a despertar un interés creciente por mejorar la competencia mediática, lo cual se explicita en los resultados.

### Percepción del nivel de competencia mediática y digital de los docentes

El análisis se inicia con una cuestión acerca de la propia percepción del nivel de competencia mediática y digital que ellos perciban de sí mismos. Los resultados que nos aportan estos datos indican que los docentes de educación secundaria son conscientes de la necesidad de mejorar su nivel de competencia mediática y digital. Tan solo un 23% considera que tiene un nivel avanzado y un 32% considera tener un nivel medio en dicha competencia, nivel que puede permitirles participar en el entorno mediático como prosumidores.



Figura 6. Nivel de competencia mediática de los docentes. Fuente: Elaboración propia (2019).

### Aportación de Internet a los adolescentes y jóvenes según los docentes

Los beneficios y riesgos que supone la conexión a internet por los menores sin supervisión por parte de un adulto son conocidos por todos, tal y como se ha reflejado anteriormente. En este estudio tratamos de conocer la percepción del profesorado respecto a las aportaciones de usar Internet para los adolescentes.

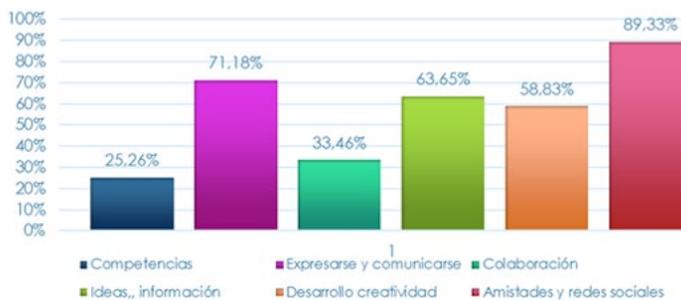


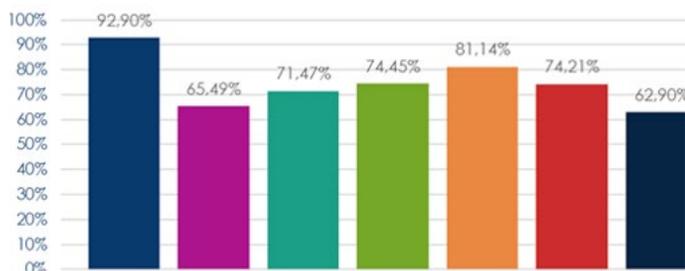
Figura 7. Aportación de Internet a los adolescentes y jóvenes según los docentes. Fuente: Elaboración propia (2019).

Los datos recogidos en la Figura 7 resultan interesantes, puesto que permiten conocer que el 89,33% de los docentes considera que usar Internet es un recurso potente para encontrar amistades y ampliar las redes sociales de los adolescentes, coincidiendo con la percepción de los propios estudiantes, tal y como se ha reflejado en la Figura 3. Otra de las aportaciones de usar Internet en la que coincide el 71,18% de los docentes encuestados es la posibilidad de expresarse y comunicarse en la red. Para el 63,65% de estos docentes el uso de Internet les aporta a los adolescentes nuevas ideas, constituyéndose como una importante fuente de información. Por otro lado, usar Internet y estar expuesto a estímulos constantes en diferentes formatos audiovisuales favorece la creatividad de los jóvenes, según el 58,83% de los docentes. La capacidad de colaboración también se ve reforzada gracias al uso de Internet, según el 33,46% de los docentes encuestados. Y finalmente, los datos recogidos indican que usar Internet no favorece el desarrollo de competencias, puesto que solo lo tiene en consideración un 25,26% de los docentes de educación secundaria.

### Contenidos para mejorar la alfabetización mediática en el entorno escolar

Teniendo en cuenta cómo conciben los docentes las aportaciones del uso de Internet en sus estudiantes, y a partir de su experiencia y reflexión sobre lo que implica la inclusión de la alfabetización mediática para la ciudadanía, especialmente para favorecer el pensamiento crítico entre los más jóvenes, el uso adecuado de los recursos y los medios, la participación activa en la sociedad como ciudadanos empoderados gracias al uso correcto de todos los recursos, tecnologías, pantallas y dispositivos que tenemos a nuestro alcance, se les propone a los docentes que han participado en el estudio diseñar lo que podría ser una malla curricular en la que se establezcan una serie de contenidos fundamentales a trabajar en el aula, mediante metodologías innovadoras, apoyadas en los recursos digitales.

En la Figura 8 se recogen los contenidos sustanciales que según los docentes es conveniente trabajar en la etapa de educación secundaria.



**Figura 8.**  
Contenidos para mejorar la alfabetización mediática en el entorno escolar  
Elaboración propia (2019)

Casi la totalidad de los docentes que han participado en la investigación consideran fundamental incluir los valores como contenido fundamental para desarrollar la competencia mediática y digital de los estudiantes, concretándose en la denominada “Netiqueta”, entendida como el conjunto de normas que definen el uso correcto de la comunicación en la red, es decir, los valores que se han de respetar y asumir cuando se hace uso de las redes sociales o de otros sitios del ciberespacio. Vinculado a este contenido, para el 81,14% de los docentes encuestados es fundamental trabajar el uso adecuado de las redes sociales. Para un rango que va del 71,47% al 74,45% de los profesores y profesoras de educación secundaria es importante incluir en esta propuesta de contenidos cómo manejar la identidad digital y cómo mantener una reputación digital desde que se comienza a hacer uso de las redes sociales, la búsqueda de información y la seguridad en la red. Finalmente, y en menor medida, los docentes consideran que es preciso trabajar la creación de contenidos digitales y en un porcentaje ligeramente menor consideran relevante abordar temáticas relacionadas con el poder de los medios de comunicación.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La alfabetización mediática se ha convertido en una necesidad de primer orden para empoderar a la ciudadanía favoreciendo un uso adecuado de los medios digitales, asumiendo docentes e instituciones educativas un papel fundamental en esta responsabilidad compartida.

En este contexto, y teniendo en cuenta que con esta investigación no se pretende la generalización de resultados a partir de los hallazgos obtenidos, las conclusiones pretenden comprender las posibilidades de empoderamiento de la ciudadanía a partir del desarrollo de la competencia mediática y digital planteando la posibilidad de introducir la alfabetización mediática en el curriculum de los estudiantes de educación secundaria.

Se han presentado resultados que ponen en evidencia el interés y el aprovechamiento de los recursos digitales que los adolescentes tienen a su alcance, tanto en el entorno educativo, como a través de sus conexiones a Internet fuera de este entorno, en su vida diaria. Los adolescentes utilizan las redes sociales, principalmente Instagram, Youtube y Whatsapp, y también son capaces de hacer uso de diferentes recursos para mejorar su aprendizaje; recursos para buscar información, como Wikipedia o Youtube, para compartir contenidos propios o creados por otros usuarios, como Drive o Dropbox, y para editar o crear contenidos, como Word o Powerpoint.

Respecto a los motivos por los que usan estos recursos, los resultados coinciden con estudios como los de García-Ruiz, Tirado & Hernando (2018); Bonilla, García-Ruiz & Pérez Escoda (2018), García & Fernández (2016), que indican que el entretenimiento sigue siendo el factor más influyente a la hora de usar dichos recursos, redes o sitios web, junto con la posibilidad de hacer amigos y de comunicarse con ellos. En menor medida les interesa el uso de la red para buscar información o para aprender.

Con respecto a la demanda de formación de los estudiantes en relación al ámbito de la alfabetización mediática los resultados extraídos de la encuesta ponen de manifiesto que los estudiantes reclaman formación específica en una serie de contenidos que no se incluyen en los curriculum de la educación obligatoria, como son la programación, la edición de vídeos y fotografía. En este sentido, se contrasta esta demanda de formación con las evidencias aportadas por Hernández & San Nicolás (2019), a partir de un estudio realizado con jóvenes a los que se les cuestiona sobre su nivel de competencia digital es menor, destacan-

do un menor grado en actividades relacionadas con la programación, los juegos, el análisis estadístico o la edición de vídeos e imágenes.

Los estudiantes reclaman también formación específica en la edición de fotografías y vídeos, puesto que quieren publicar y compartir contenidos con una calidad estética suficiente. Resultados similares encontraron García-Ruiz, Tirado & Hernández (2018), al investigar cuáles son los motivos por los que los jóvenes y adolescentes utilizan las redes sociales y descubren que principalmente los adolescentes están interesados en cuidar la propia imagen que difunden en redes sociales como Facebook, Instagram o Youtube.

Respecto a los resultados encontrados a partir de las manifestaciones de los docentes, y teniendo en cuenta de nuevo que no se pretende la generalización a otros contextos, puesto que la muestra con la que se ha trabajado está formada por docentes que tienen un interés manifiesto por la mejora de la alfabetización mediática a partir de diferentes proyectos compartidos con los investigadores que lideran este proyecto, sí se obtienen datos que permiten conocer con un elevado grado de exactitud cuáles son las posibilidades de mejorar la educación mediática en los institutos de educación secundaria. En este sentido, cabe destacar que los propios docentes consideran que deben mejorar su propia competencia mediática y digital, coincidiendo con los estudios de González, Ramírez & Salcines (2018); Romero-Rodríguez, Contreras-Pulido & Pérez-Rodríguez (2019).

Un aspecto destacable es la percepción de los docentes respecto a lo que el uso de Internet les aporta a los estudiantes, asumiendo que numerosos estudios constatan la existencia de riesgos asociados a un mal uso o a un uso sin supervisión por los adultos. La capacidad de ampliar sus redes de contactos y amistades y la posibilidad de poder expresarme y mantener la comunicación con otras personas y en formatos y estilos diferentes a los tradicionales, parece que son las posibilidades en las que un mayor número de docentes coincide.

El último aspecto en el que se ha centrado esta investigación es conocer cuáles serían los contenidos a trabajar en el centro educativo para mejorar la alfabetización mediática de los adolescentes. Los

resultados indican que los docentes sienten una verdadera preocupación por incluir en sus programaciones temáticas vinculadas al uso adecuado de las redes sociales, a la búsqueda correcta de información, a la utilización de diferentes recursos para crear contenidos digitales, pero sobre todo, y con un claro predominio entre sus preferencias, destacan los valores, en el sentido planteado por Renés (2019), concretando su repercusión en el uso de la netiqueta que implica el respeto a los derechos fundamentales y una convivencia ética y democrática entre los usuarios de la red.

Resulta evidente que es necesario replantearse las políticas educativas que están pautando los diseños de los planes de estudio, de los currículum escolares, de los contenidos de las asignaturas que se dirigen a los estudiantes que son ya ciudadanos activos, participativos y críticos en la sociedad de la información y la comunicación. Favorecer el desarrollo de la competencia mediática y digital en las aulas sin duda promueve una ciudadanía mediática y su empoderamiento como prosumidores, esto es, como productores y consumidores críticos de contenidos.

### Agradecimiento

Esta investigación ha estado apoyada por la Red Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía). También ha contado con el apoyo de la “Red de Educación Mediática” del Programa Estatal de Investigación Científica-Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento (EDU2016-81772-REDT), financiada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España, así como por el Proyecto I+D de la Universidad de Cantabria “Competencia mediática en la sociedad digital para la participación crítica de la ciudadanía (UC2016-GRE-01)”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, I., Marín Gutiérrez, I. & Caldeiro Pedreira, M.C. (2018). Desarrollo de la competencia mediática en el contexto iberoamericano. *Revista Letral*, 20, 156-182. <http://revistaseug.ugr.es/index.php/letral/article/view/7814/6847>
- Alfaro, M., Vázquez, M.E., Fierro, A., Herrero, B., Muñoz, M.F. & Rodríguez, L. (2015). Usos y riesgos de las tecnologías de la información y comunicación en adolescentes de 13 a 18 años. *Actas Pediatría Española*, 73(6), 126-135.
- Amar, H.M. & Isola, N.J. (2014). Una encrucijada educativa. *Tecnologías de la información, alfabetización mediática y desigualdad social. Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera mediática digital*, 3 (1), 241-249. <http://revista-caracteres.net/wp-content/uploads/2014/05/Caracteresvol-3n1mayo2014-encrucijada-educativa.pdf>
- Area, M., Cepeda, O. & Feliciano, L. (2018). El uso escolar de las TIC desde la visión del alumnado de Educación Primaria, ESO y Bachillerato. *Educatio Siglo XXI*, 36(2), 229-254. <https://doi.org/10.6018/j/333071>
- Bartolomé A., García-Ruiz, R. & Aguaded, I. (2018). La revolución del Blended Learning: panorama y perspectivas. *Ried, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21(1), 33-56. <https://doi.org/10.5944/ried.21.1.18842>
- Bonilla-del-Río, M., García-Ruiz, R. & Pérez Escoda, A. (2019). Los dispositivos móviles en el aula. Oportunidades y retos para el desarrollo de la competencia mediática. En García-Ruiz, R., Pérez Escoda, A. & Guzmán, M.D., *Dispositivos móviles en el aula. Docentes y estudiantes prosumidores en la era digital*, (pp. 11-30). Sevilla: Egrejus Ediciones.
- Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos aires: Ediciones Manantial.
- Caldeiro Pedreira, M.C., Aguaded, I. & Pérez Rodríguez, M.A. (2019). Educomunicación y buenas prácticas en los nuevos escenarios tecnológicos: análisis del caso gallego (España). *Hamut'ay*, 6(1), 96-111. <https://doi.org/10.21503/hamu.v6i1.1577>
- Caldeiro-Pedreira, M.C., Maraver-López, P. & Marín-Gutiérrez, I. (2017). Competencia mediática en la etapa infantil en España. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 10(20), 35-48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m10-20.cmei>
- De Andrés, S., Nos-Aldas, E. & García-Matilla, A. (2016). La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan. *Comunicar*, 47, 29-37. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-03>
- Delgado-Ponce, A. & Pérez-Rodríguez, M. A. (2014). Bubuskiski. La educomunicación para niños. *Comunicación y Pedagogía*, 273-274, 86-91.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29, 100-107. <https://doi.org/10.3916/C29-2007-14>
- Gairín, J. & Mercader, C. (2018). Usos y abusos de las TIC en los adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, 36(1), 125-140. <https://doi.org/10.6018/rie.36.1.284001>
- García-Ruiz, R., Ramírez, A. & Rodríguez, M.M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, 43, 15-23. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- García-Ruiz, R., Tirado, R. & Hernando, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47(3), 291-198 [https://doi.org/10.17811/aula\\_abierta.47.3.2018.291-298](https://doi.org/10.17811/aula_abierta.47.3.2018.291-298)
- García, M.C., & Fernández, C. (2016). *Si lo vives, lo compartes: Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*. Madrid: Fundación Telefónica. Recuperado de: <https://goo.gl/JPUj5>
- González, N., Ramírez, A. & Salcines, I. (2018). Competencia mediática y necesidades de alfabetización audiovisual de docentes y familias españolas. *Educación XX1*, 21(2), 301-321. <https://doi.org/10.5944/educxx1.16384>
- Hernández, V. & San Nicolás, M. (2019). Percepción del alumnado universitario sobre su grado de competencias digital. *Hamut'ay*, 6(1), 7-18. <https://doi.org/10.21503/hamu.v6i1.1571>
- Herrero-Diz, P., Ramos-Serrano, M., & Nó, J. (2016). Los menores como usuarios creadores en la era digital: del prosumer al creador colaborativo. *Revisión teórica 1972-2016. Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1301-1322. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1147>
- Pérez-Escoda, A., Castro-Zubizarreta, A. & Fandos, M. (2016). La competencia digital de la Generación Z: claves para su introducción curricular en la Educación Primaria. *Comunicar*, 49, 71-79. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-07>
- Pérez-Rodríguez, M.A. & Delgado, A. (2018). La competencia mediática, (pp. 13-25). En R. García-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M.A. & Torres, A. *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Cuenca (Ecuador): Abya Yala.
- Pérez-Tornero, J.M. (2013). *Midiendo la alfabetización mediática en Europa 2005-2010*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Prensky, M. (2016). *Education to better their world: Unleashing the power of 21 st-Century Kids*. New York: Teachers College Press.
- Ramírez, A. & González, N. (2016). Media Competence of Teachers and Students of Compulsory Education in Spain. *Comunicar*, 49, 49-58. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-05>
- Renés, P. (2019). La escuela en la sociedad Red: un espacio de encuentro con los valores. *Hamut'ay*, 6(1), 112-123. <https://doi.org/10.21503/hamu.v6i1.1578>
- Renés-Arellano, P., Caldeiro-Pedreira, M.C., Rodríguez-Rosell, M.M. & Aguaded, I. (2018). Educlips: proyecto de alfabetización mediática en el ámbito universitario. *Lumina*, 12(1), 17-39. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2018.v12.21485>

Romero-Rodríguez, L.M., Contreras-Pulido, P. & Pérez-Rodríguez, M.A. (2019). Las competencias mediáticas de profesores y estudiantes universitarios. Comparación de niveles en España, Portugal, Brasil y Venezuela. *Cultura & Educación*. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1597564>

Romero-Rodríguez, L.M., Torres-Tokoumidis, A., Pérez-Rodríguez, M.A. & Aguaded, I. (2016). Analfanautas y la cuarta pantalla: Ausencia de infodietas y competencias mediáticas e informacionales en jóvenes universitarios latinoamericanos. *Fonseca, Journal of Communication*, 12, 11-25. <https://doi.org/10.14201/fjc2016121125>

Roig, R. & Pascual, A.M. (2012). Las competencias digitales de los futuros docentes. Un análisis con estudiantes de Magisterio de Educación Infantil de la Universidad de Alicante. *Revista d'innovació educativa. Universitat de València*, 9, 52-60. <https://doi.org/10.7203/attic.9.1958>

Sampedro, V. (2018). *Dietética digital. Para adelgazar al gran hermano*. Madrid: Icaria Editorial. <http://www.icariaeditorial.com/libros.php?id=1683>

Herrero, R. M. (2014). El papel de las TIC en el aula universitaria para la formación en competencias del alumnado. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 45, 173-188.

INTEF (2017). *Marco Común de Competencia Digital Docente*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado de [https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017\\_1020\\_Marco-Com%C3%BAn-de-Competencia-Digital-Docente.pdf](https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017_1020_Marco-Com%C3%BAn-de-Competencia-Digital-Docente.pdf)

Matilla, M., Sayavedra, C., & Alfonso, V.C. (2014). Competencias TIC en alumnos universitarios: Dimensiones y Categorías para su análisis. Ponencia presentada en Congreso iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/1534.pdf>

Merino, C., & Lautenschlager, G. (2003). Comparación Estadística de la Confiabilidad Alfa de Cronbach: Aplicaciones en la Medición Educacional y Psicológica. *Revista de Psicología*, 12(2), 127-136. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2012.17668>

Roblizo, M. J., & Cózar, R. (2015). Usos y competencias en TIC en los futuros maestros de educación infantil y primaria: hacia una alfabetización tecnológica real para docentes. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 47, 23-39. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i47.02>

Roig, R. & Pascual, A. M. (2012). Las competencias digitales de los futuros docentes. Un análisis con estudiantes de Magisterio de Educación Infantil de la Universidad de Alicante. *Revista d'innovació educativa. Universitat de València*, 9, 52-60. <https://doi.org/10.7203/attic.9.1958>

Torres-Coronas, T., & Vidal-Blasco, M. A. (2015). Percepción de estudiantes y empleadores sobre el desarrollo de competencias digitales en la Educación Superior: Students and employers perception about the development of digital skills in Higher Education. *Revista de Educación*, 367, 63-90.

Vila, A. (2004). *Libro Blanco. Título de Grado en Pedagogía y Educación Social*. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). Universidad Deusto.

## ANEXO I

## Ítems del cuestionario aplicado a estudiantes analizados en este trabajo

Responde con una X en la columna correspondiente a cada ítem.

Recuerda que tu participación en el estudio es voluntaria y anónima y queda garantizada la confidencialidad de las respuestas

	Si	No
<b>1. ¿Qué redes sociales utilizas habitualmente?</b>		
Facebook		
Twitter		
Instagram		
TIK TOK		
Snapchat		
Whatsapp		
Youtube		
<b>2. ¿Qué recursos digitales utilizas para aprender?</b>		
Wikipedia		
Slideshare		
Drop Box		
Khan Academy		
Youtube		
Google Drive		
Office (Word, Powerpoint...)		
<b>3. ¿Para qué utilizas Internet habitualmente?</b>		
Para comunicarme		
Para hacer amigos		
Para organizarme		
Para entretenerme		
Para aprender		
<b>4. ¿Qué te gustaría aprender a usar para mejorar tu competencia digital y mediática?</b>		
Robótica y programación		
Edición de vídeos		
Edición de fotografías		
Crear contenidos digitales		
Usar redes sociales		

## ANEXO II

## Ítems del cuestionario aplicado a estudiantes analizados en este trabajo

Responde con una X en la columna correspondiente a cada ítem.

Recuerda que tu participación en el estudio es voluntaria y anónima y queda garantizada la confidencialidad de las respuestas

	Si	No
<b>1. ¿Cuál consideras que es tu nivel de competencia mediática</b>		
Avanzado		
Medio		
Bajo/Necesito mejorar		
<b>2. ¿Qué les aporta usar Internet a los adolescentes? Indica si estás de acuerdo</b>		
Mejora de sus competencias		
Expresarse y comunicarse con otros		
Desarrollo de la creatividad		
Ideas e información nuevas		
Amistades y redes sociales más amplias		
Habilidades para la colaboración		
<b>3. Indica qué contenidos te parecen fundamental incluir en el curriculum de secundaria</b>		
Valores en Internet y uso de netiqueta		
Identidad y reputación digital		
Uso de redes sociales		
Conocer el poder de los medios digitales		
Creación de contenidos digitales		
Seguridad en Internet		
Estrategias de búsqueda de Internet		