

- LÍNEA
INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA

Santiago
Concepción
2023-1

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Autopercepción de competencias mediáticas de profesores de periodismo en contexto chileno

CARRERA
Periodismo

INVESTIGADOR PRINCIPAL
Nairbis Sibrian Díaz

CO-INVESTIGADORES
Paulina Maureira González
Claudia Reyes Betanzo

PUBLICADO EN
Revista Disertaciones

RESUMEN

Las transformaciones tecnológicas repercuten en el ejercicio del periodismo, haciendo necesaria la incorporación de nuevas competencias que, posteriormente, las universidades integran, sin hacerse cargo de las desigualdades que impactan a estudiantes y docentes. Por lo tanto, ¿cómo autoperciben sus competencias mediáticas los profesores de periodismo en Chile? El objetivo es analizar la autopercepción de estas habilidades en el profesorado chileno de periodismo, sus desafíos más urgentes y diferencias sociodemográficas. Se recurre a un enfoque cuantitativo, a través de un instrumento validado que se aplica a una muestra de 213 docentes de periodismo de 26 universidades chilenas, 16 ubicadas en la Región Metropolitana y otras en Antofagasta, Bernardo O'Higgins, Coquimbo, Concepción, Los Ríos, Valparaíso y Viña del Mar. Se advierte que, aunque el puntaje promedio de las competencias mediáticas se ubicó en un 3,8, no todas las dimensiones del constructo están desarrolladas satisfactoriamente. Existen desafíos importantes en la dimensión asociada al manejo de la tecnología, así como en la producción y difusión de contenidos en entornos mediáticos. También existen diferencias de género significativas en la autopercepción del profesorado. Se concluye que urge incidir en la formación docente tanto en el dominio tecnológico como en la producción de contenidos en igualdad de género.

OBJETIVOS PROPUESTOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Objetivo general

Analizar la autopercepción de las competencias mediáticas en profesores de periodismo de diversas universidades chilenas, según características socio-demográficas como el género, la edad, ubicación geográfica o institución, durante el año 2023.

Objetivos específicos

1. Identificar la percepción sobre prácticas de uso de recursos web y multimediales tanto a nivel personal como en docencia, investigación y gestión educativa de profesores de periodismo de diversas universidades chilenas

2. Describir la impresión sobre el conjunto de conocimientos que considera tener sobre códigos de expresión, la comunicación multimodal, multimedia y transmedia en profesores de periodismo de diversas universidades chilenas.

3. Caracterizar la apreciación sobre su conocimiento y capacidad para la utilización de herramientas de comunicación escrita, sonora, visual y audiovisual.

4. Determinar la autoimagen que tienen sobre su capacidad para generar procesos de interacción, producción y difusión de contenidos en el entorno mediático.

5. Establecer la valoración sobre su capacidad de lectura comprensiva y gestión crítica de los mensajes mediáticos junto con el compromiso en un uso activo y responsable de los social media.

MÉTODO

Se recurrió a un enfoque cuantitativo (Creswell & Creswell, 2022) para medir e identificar patrones, asociados al objeto de estudio, mediante la técnica de encuesta (López-Roldan & Fachelli, 2015) como metodología útil para la recogida de datos. Se utilizó el método Delphi (López, 2018) para elaborar el cuestionario, solicitando la evaluación de un panel de expertos para alcanzar consenso sobre la pertinencia y validez de sus dimensiones.

Durante la investigación se utilizaron distintos tipos y niveles de muestras. En principio, se recurrió a:

1) Expertas/os para la evaluación del instrumento
2) Profesores para entrevistas cognitivas
3) Muestra piloto para validar el instrumento
4) Muestra final de profesoras/es de periodismo a nivel nacional.

La primera muestra estuvo conformada por 10 investigadores de Europa y Latinoamérica; la segunda, por 4 profesores de universidades regionales y de Santiago con paridad de género. En la tercera participaron 87 profesores de una universidad en dos ciudades chilenas.

Finalmente, la cuarta muestra, correspondiente a la aplicación del instrumento definitivo, está conformada por un N de 213 profesores de periodismo pertenecientes a 26 universidades chilenas.

RESULTADOS E IMPLICANCIAS

Tras el recorrido realizado durante esta investigación, se puede señalar que, aunque el puntaje promedio de las competencias mediáticas de los profesores de periodismo en Chile se ubicó en un 3,8 (nivel de competencia medio-alto), no todas las dimensiones del constructo están desarrolladas ni son satisfactorias de acuerdo con los requerimientos del ecosistema de medios contemporáneo.

Las dimensiones de la competencia mediática que presentan mayores desafíos son tecnología junto a procesos de producción y difusión, cuyos indicadores están estrechamente vinculados entre sí, debido a que se requerirían las competencias tecnológicas de editar y producir contenido o de identificar y resolver problemas tecnológicos para poder producir mensajes y compartirlos en entornos digitales.

Estos resultados coinciden con estudios anteriores (Arenas-Fernández et al., 2021) sobre las competencias mediáticas en profesores universitarios que reportan un buen desempeño en las dimensiones de ideología y valores, así como en procesos de interacción y lenguaje, las cuales proveen bases teóricas y conceptuales para interpretar el papel de los medios y las nuevas tecnologías en la sociedad. No obstante, las de tecnología, así como procesos de producción y difusión, son también las dimensiones peor evaluadas, demostrando que se trata de una tendencia global.

Los resultados advierten la necesidad de fortalecer la formación del profesorado de manera integral, para que puedan participar en contextos mediáticos e incidir en espacios públicos virtuales. De este modo, la creación de contenidos y su difusión podría formar parte de una “competencia transdisciplinar” (Lau, 2013), no obligatoria pero sí de mayor relevancia, para la experiencia de aprendizaje de los estudiantes.

Así mismo, es pertinente señalar que la variable género reporta asimetrías importantes en todas las dimensiones y de manera acentuada en la de tecnología, pues, en la mayoría de los indicadores, el género masculino tiene una mejor autopercepción de sus capacidades que el femenino. Este resultado podría estar asociado a la brecha digital de género, ya que las mujeres, históricamente, han tenido más dificultades en el acceso y uso de los medios con impacto en su autopercepción (Pérez-Escoda et al., 2021).

La misma tendencia se repite en la dimensión de procesos de producción y difusión, salvo en el caso de compartir contenidos en Instagram, en que las mujeres consideran que tienen más competencias. Esto se puede explicar debido a que, en Chile, según el Digital News Report del Reuters Institute (2023), el 52 % de los usuarios de redes sociales son mujeres, así como un 54 % de los de Instagram en dicho país corresponden al género femenino (Statista, 2024).
En líneas generales, las diferencias de género en las competencias mediáticas resultan preocupantes, puesto que podrían estar asociadas a patrones y estereotipos en el uso de tecnología (a Meneses-Cabrera & Aranda-Bustamante, 2020) que, a su vez, conllevan desigualdades entre hombres y mujeres en la forma de percibir la realidad y valorarse (Larruzea et. al., 2021).

Respecto a la variable territorio, es importante destacar que no se perciben diferencias importantes entre las habilidades y competencias mediáticas de la Región Metropolitana y otras regiones chilenas. Sin embargo, se identifican diferencias en cuanto a los ámbitos en los que se reportan mayores fortalezas dentro de las dimensiones.

En el caso de la dimensión tecnología, se encontró que mientras la Región Metropolitana tiene mayores competencias en identificar y resolver riesgos tecnológicos, otras regiones informan competencias en la edición multimedia, así como en producción de páginas web.

DIFUSIÓN

Arenas-Fernández, A., Aguaded-Gómez, I., & Sandoval-Romero, Y. (2021). Competencia mediática en docentes universitarios en Colombia. Revista de Ciencias Sociales, 27(3), 272-286. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28068740017

Creswell, J., & Creswell, J. (2022). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. sage Publications.

Larruzea Urkixo, N., Cardeñoso Ramírez, O., & De la Fuente Gaztañaga, A. (2021). La discriminación de género autopercibida en la formación del futuro profesorado: mismas realidades, distintas interpretaciones. Revista Complutense de Educación, 32(4), 503-513. https://doi.org/10.5209/rced.70706

Lau, J. (2013). Conceptual relationship of information literacy and media literacy. In A. Lee, J. Lau, T. Carbo & N. Gendina, Conceptual relationship of information literacy and media literacy in knowledge societies (pp. 3-75). Unesco. https://hdl.handle.net/20.500.14352/13172

López, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. Educación xxi, 21(1), 17-40. https://doi.org/10.5944/educXX1.15536

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Análisis de tablas de contingencia. En Metodología de la investigación social cuantitativa (Cap. III.6). Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/record/131469

Meneses-Cabrera, T., & Aranda-Bustamante, G. (2020). Sujeto-mujer y brecha digital de género: discursos y prácticas desde la gubernamentalidad en América Latina. Signo y Pensamiento, 39(76). https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39.smbd

Pérez-Escoda, A., Lena-Acebo, F. J., & García-Ruiz, R. (2021). Brecha digital de género y competencia digital entre estudiantes universitarios. Aula Abierta, 50(1), 505-5014. https://doi.org/10.17811/rifie.50.1.2021.505-5014

Reuters Institute. (2023). Digital news report. https://www.digitalnewsreport.org/

Statista. (2024). Distribución porcentual de los usuarios de Instagram a nivel mundial en 2024, por género. https://acortar.link/oUxbte