

Ana María Fleitas y Raquel Silvia Zamponi  
Argentina

# Actitud de los jóvenes ante los medios de comunicación

*Teenagers attitudes before media*

*El trabajo presenta sobre una muestra de 423 alumnos entre 16 y 20 años, del nivel medio de escuelas de la provincia de Córdoba (Argentina), los resultados referidos a la actitud de los adolescentes ante los medios. Los primeros datos obtenidos demuestran que el alumno que se acerca a la realidad, aprende y comprende, y en un proceso conjunto y simultáneo logra interpretar valorativamente los hechos y efectos de situaciones cotidianas que inciden en su vida actual y su futuro.*

*This paper analyses the adolescents' attitude towards the media using a sample of 423 students between 16 and 20 years old from secondary schools of Cordoba, the Argentine. The first results show that students learn and understand reality and they are able to interpret those facts and effects of ordinary events that affect their present and future life in a positive way.*

**DESCRIPTORES/KEY WORDS**

*Actitud, adolescentes, educación, medios, intereses.  
Attitude, adolescents, education, media, preferences.*

Ana María Fleitas y Raquel Silvia Zamponi son coordinadoras educativas del diario «La Voz del Interior» y del Ministerio de Educación y Cultura del Provincia de Córdoba (Argentina) (zamponir@satlink.com.ar) (anfleitass@ciudad.com.ar).

Desde hace diez años acompañamos a los docentes en la tarea de educar a los alumnos para que sean receptores activos, reflexivos y críticos de los mensajes de los medios de comunicación social<sup>1</sup>. Leer implica una serie de estrategias que los lectores deben desarrollar para construir el significado de un texto, concebimos la lectura como un proceso interactivo en el que el papel del lector es esencial para abordar la comprensión y la construcción de los saberes sociales<sup>2</sup>.

Observamos en esta época a empresas y sectores de gobierno que destacan la importancia de la formación de los jóvenes, y a docentes preocupados por la inserción de éstos en la vida ciudadana. Ante esta rea-

lidad y el posible desconocimiento de los alumnos de temas relacionados con las problemáticas sociales y la no utilización de los medios de comunicación en el aula nos planteó la necesidad y la importancia de realizar este estudio.

Consideramos que este trabajo aportará un diagnóstico aproximado de los problemas que se manifiestan como restricciones para el crecimiento de una persona que debe conocer y comprometerse con la realidad en que vive. En este análisis sobre «La actitud de los jóvenes ante los medios de comunicación» planteamos como objetivos:

a) Obtener información sobre las preferencias e intereses de los adolescentes en relación con los medios de comunicación, especialmente con el diario.

b) Reconocer la influencia de los medios en los comportamientos sociales.

c) Conocer la posición del adolescente frente a los hechos relevantes de la sociedad actual.

Tuvimos en cuenta abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos relacionados con los problemas educación-actualidad-información, problemas que no se pueden ver aislados en la formación de los jóvenes, sino concatenados entre sí.

De esta manera los cambios producidos en cualquiera de éstos influyen en los demás.

Los datos que se presentan son el resultado del trabajo realizado con alumnos de 16 a 20 años. Las 14 escuelas que participaron son de la capital de Córdoba, y de localidades del interior de la provincia.

Los criterios de selección fueron:

- La ubicación geográfica de las instituciones: escuelas del ámbito oficial y privado; ciclo de especialización –quinto y sexto año–; diferentes especialidades<sup>3</sup>.

- Centros educativos con distinto número de alumnos.

- Diversas realidades sociales.

Los tres grandes temas abordados para obtener información para la investigación fueron:

1) Los medios de comunicación y los jóvenes.

2) La lectura y los jóvenes.

3) Los medios de comunicación y la escuela.

Ya con los propósitos planteados, la primera etapa consistió en administrar cuestionarios a alumnos del Ciclo de Especialización del nivel medio de instituciones educativas de la Provincia de Córdoba (República de Argentina) para ser respondidos en forma anónima e individual.

Los datos obtenidos corresponden a 423 cuestionarios devueltos de los 600 entregados. De éstos, 134 son de Córdoba capital y 289 de distintas localidades del interior de la Provincia.

Se elaboraron en base a 72 ítems relacionados con los temas arriba mencionados. En el primer tema «Los medios de comunicación y los jóvenes», se pone el acento en observar de qué manera se informan y/o entretienen los alumnos y el uso que hacen de los distintos medios de comunicación.

Ante la pregunta qué medio de comunicación utilizan para informarse, respondieron: televisión, 95%; radio, 79%; diarios, 52%; otros 9% (revistas 53%, Internet 29%, libros 3%, no especificando el resto) y respecto a cuál o cuáles los entretienen aparece la televisión, 93%; la radio, 78%; el diario, 22%; otros, 14%.

En relación a las preguntas anteriores, es destacable considerar que un 89% afirma que un mismo medio puede informar y entretener. De este 89% que responde que sí un alto porcentaje se informa y entretiene con más de un medio, y de esta manera observamos que el 70% lo hace con la televisión, el 51% con la radio, el 23% con el diario, el 7% con revistas, el 3% con Internet, el 0,8% con libros y un 4% dice que con todos los medios.

### 1. Una herramienta valiosa

Un aspecto importante en la educación es la inserción de nuevas tecnologías. Las respuestas sobre la utilización de Internet permiten visualizar nuevas opciones educativas. Los datos registrados sobre el conocimiento y uso de esta herramienta son significativos ya que el 89% dice que la conoce y el 10% que no. Otro dato interesante es que el 40% de los que la conocen manifiesta que sí ha navegado alguna vez y el 60% no lo ha hecho nunca.

Al analizar las respuestas, es importante destacar que del 89% de los jóvenes que dice conocerla en un alto porcentaje, el 62%, responde que es un avance tecnológico para la comunicación e información, de acceso fácil y actualizado y que su instantaneidad permite que se transforme en un eficaz recurso didáctico que posibilita ampliar y profundizar múltiples temas.

Vemos que se confrontan distintas opiniones, ya que el 84% opina que es relevante para las prácticas en el aula, la consideran valiosa y práctica, pero manifiestan preocupación por no usarla en la escuela. El resto no ve necesario su uso, argumentan que puede ser peligrosa, poco práctica y accesible. Estas respuestas reflejan la importancia que tiene Internet para la información, profundización y entretenimiento.

### 2. La televisión y vos

La televisión es hoy una herramienta educativa no formal por los contenidos que aborda y transmite, y su influencia en los comportamientos sociales aparece no

sólo en los jóvenes, sino en la audiencia en general. En este campo el análisis de los datos demuestra que el 99% de los alumnos encuestados tiene televisión y de éstos un alto índice, el 97%, afirma ver programas televisivos con una frecuencia de siete días por semana en un porcentaje del 68%.

Ven televisión entre tres y más de cuatro horas diarias el 45%. Se considera importante este resultado por la interrelación directa o tangencial de la incidencia de lo mediático en el mundo actual y en el contexto del aprendizaje formal.

Para el análisis de los programas preferidos, se estructuraron distintos niveles, que por orden de mayor o menor elección son películas, el 73%; deportes, el 42%; musicales, el 40%; noticieros, el 39%; telenovelas, el 38%; en menores porcentajes aparecen documentales, entretenimientos, programas periodísticos, comedias, dibujos animados y series infantiles.

Al preguntarles si comentan los programas que ven y si lo hacen, con quién o quiénes, el 91% responde que sí y de este porcentaje el 83% señala hacerlo con sus amigos, el 60% con la familia, el 13% con los profesores, el 4% con otros, y no especifica con quién o quiénes el 7%.

### 3. La publicidad televisiva

Las respuestas que se relacionan con la publicidad televisiva y el interés demostrado frente a ella revelan que al 54% sí le interesa ver los avisos publicitarios.

El 69% de los alumnos que respondieron manifiestan que ante la publicidad hacen *zapping*. Cuando hablan sobre aquélla que les impacta y el por qué, destacan la creatividad, la originalidad, la buena realización, la comicidad, las historias ingeniosas y sentimentales que llegan a la gente porque muestran formas de vida cotidiana, etc.

La publicidad de automóviles les resulta interesante porque «les gustan los autos», «la velocidad», «por la acción». En la de bebidas gaseosas, destacan la imagen, preferencia del producto, un argumento original y persuasivo y los ídolos que aparecen. La publicidad de cerveza, bebida consumida por los jóvenes, les atrae por considerarla llamativa y «fiesterá» (modismo que significa muy divertido). La de cigarrillos por el paisaje y la buena calidad de vida que presenta el mensaje, y aquí aparecen reflexiones de los alumnos como, «las imágenes no coinciden con el producto, pero son creativas», «me asombran algunas publicidades por la incoherencia que presentan, por ejemplo el incentivar al consumo de cigarrillos, ofreciendo una imagen de vida sana, etc.».

Las propagandas que más les impactan son la do-

nación de órganos, la violencia, la droga, el sida, el alcohol, el cólera, los accidentes de tránsito, Greenpeace. Dicen que apuntan a la prevención, a la concientización, que presentan la realidad y ayudan a reflexionar respecto a la importancia de la vida, destacan que son veraces y muestran lo poco que hacemos por el mundo.

También nombran propagandas políticas, porque presentan situaciones de nuestra realidad que deberían interesarnos a todos.

Estos resultados demuestran que los jóvenes no sólo buscan el impacto y la emoción en el mensaje publicitario y seleccionan la publicidad por la música, la animación o por las imágenes, sino que al mismo tiempo les interesan las adicciones, las enfermedades sociales, la ecología. Les atrae la representación de estilos de vida acordes a su edad, a sus intereses, a la época en que viven y a los valores circundantes, pero además están presentes en la problemática social del momento.

### 4. Otro medio, la radio

El 97%, un importante porcentaje de alumnos, expresa que les gusta escuchar la radio, de éstos un 96% prefiere frecuencia modulada y sólo el 10% escucha amplitud modulada. Vemos que un 49% elige el género musical y un 24% programas de animación. Escuchan también programas deportivos, informativos radiales y de interés general. Es interesante señalar que tanto en la capital como en el interior de la provincia, el género preferido por los jóvenes es el musical.

La diferencia que se establece responde no al género en sí, sino a la preferencia de programación de radios locales que están relacionadas con sus intereses y al contexto regional al que pertenecen. Igual que en el medio televisivo, les interesa conversar sobre los programas que escuchan. Observamos que los más altos porcentajes se polarizan en un 89% con sus amigos y en un 61% con la familia. Sólo un 5% dice hacerlo con los profesores. El interés por la realidad se refleja en el 54% que escucha informativos radiales y de éste, un 37% coteja temas de actualidad con la televisión y el diario.

En el segundo tema, la lectura y los jóvenes, las preguntas formuladas se vinculan con el quehacer educativo y el proceso de lectura, que como dice Cassany, «es uno de los aprendizajes más importantes, indiscutidos e indiscutibles, que proporciona la escolarización»<sup>4</sup>.

Esta concepción de lectura, que parte de la teoría de Vigotsky, implica estrategias que los lectores deben desarrollar para construir el significado del texto y de

esta manera ser un lector competente que responda a las exigencias que cada texto plantea.

Con respecto a la primera pregunta sobre el gusto por la lectura, observamos que el 71% afirma que les gusta leer y el 26% dice que no. Es interesante señalar que del porcentaje que afirma que les gusta leer, el 49% dice hacerlo entre uno y cuatro libros en un mes, llama la atención esta respuesta, ya que una de las carencias actuales es la práctica de la lectura.

*El lazarillo de Tormes, Crónica de una muerte anunciada, Antes del fin, Operación masacre, El extranjero, Martín Fierro, El licenciado vidriera, El alquimista, El túnel, Veinte poemas de amor y una canción desesperada* son los mencionados con mayor porcentaje ante la pregunta, ¿cuál es el último libro que has leído?

Con estos resultados podemos puntualizar que las referencias, experiencias y los comentarios que aparecen en cada una de las respuestas, lleva a pensar que muchos de los libros mencionados denotan que su lectura se realiza a partir de la escuela.

### 5. Los alumnos frente al diario

Consideramos este medio gráfico como un recurso pedagógico valioso porque «nos mantiene informados; entretiene, acerca lo lejano, lo de otros y, por ende, pone al descubierto las diversidades», «la multiplicidad temática que ofrece el diario responde a las demandas y desafíos propios de la actualidad y de los intereses de los educandos»<sup>6</sup>.

Además de informar presenta otras posibilidades para trabajar en el aula como la relectura, en un proceso creador de significación, de sentidos a partir de la interacción texto, lector y sus situaciones contextuales; la profundización de las informaciones emitidas por otros medios; la vinculación entre problemáticas sociales y los temas de los currícula; permite analizar, reflexionar y sacar conclusiones, para poder incorporar a sus esquemas referenciales nuevos aprendizajes y poder transferirlos a nuevas situaciones.

La estructura de este bloque hace un tratamiento del tema «¿qué pasa entre los medios de comunicación y vos?» y su relación con la importancia del uso de este medio gráfico.

Las primeras preguntas se refieren a la lectura de este medio, un 71% de los encuestados afirma que en

la casa se lee el diario, un 35% de los jóvenes también lo hacen, en una frecuencia de un día por semana, el 39% y siete días por semana, el 9%.

### 6. Selección y preferencia

En la preferencia de los jóvenes ante la lectura de un diario, observamos gran diferencia entre el 63% que elige humor y entretenimientos, el 56% deportes, el 42% artes y espectáculos con porcentajes menores como el 14% política y el 9% notas de opinión, entre otros. Se formularon además preguntas relacionadas con la procedencia de la información, el 62% dice leer noticias relacionadas con el mundo, el 54%, con el país; con la provincia, el 47% y notas vinculadas con su localidad, el 45%.

El 66% comenta estos temas de actualidad, destacándose que prioriza hacerlo con la familia el 84%, con los amigos el 77%, con los profesores el 33% y con otros el 5%.

A partir de los resultados obtenidos, se observa una comunicación espontánea y preferida con sus pa-

***Las respuestas sobre la utilización de Internet permiten visualizar nuevas opciones educativas. Los datos registrados sobre el conocimiento y uso de esta herramienta son significativos ya que el 89% dice que la conoce y el 10% que no. Otro dato interesante es que el 40% de los que la conocen manifiesta que sí ha navegado alguna vez y el 60% no lo ha hecho nunca.***

res, de igual forma que con la televisión y la radio.

La diferencia que aparece es un mayor porcentaje, el 84% que dice comentar en el ámbito familiar las informaciones leídas en el diario.

### 7. Interés en la información

Entre las noticias que más les interesaron y por qué, aparecen temas relacionados con los accidentes aéreos, por la cantidad de víctimas y la falta de seguridad, el 13%; el fútbol, porque les gusta y les atrae el deporte, el 10%; las elecciones y los problemas políticos, porque les importa el futuro del país y conocer la realidad, el 10%; las acciones bélicas en el mundo, por la violencia y sufrimiento de los hombres, por la destrucción y la muerte, porque apuestan por la paz, el 6%; los accidentes en viajes estudiantiles, porque se

identifican con sus pares, por la tristeza que les produce y por sus proyectos, el 6%; el caso Cabeza por el impacto social, falta de justicia e impunidad el 3%; el problema de Río Tercero por sus causas y consecuencias, el 3%<sup>5</sup>. Las catástrofes naturales porque nos afectan a todos, por temor, por cuidado y precaución, el 3%. Otros como prostitución infantil, por la deshonestedad de los adultos; accidentes en escuelas por falta de control; corrupción en los distintos poderes, por el daño que provoca a la sociedad y por su carácter violatorio de los derechos y falta de principios éticos y morales, lamentable característica de estos tiempos; crisis económica por su gravedad; problemas regionales y del Mercosur; accidentes de tránsito por el impacto, entre otros.

La actuación de los políticos, de las fuerzas de seguridad, la pobreza, la impunidad, la justicia, la violencia son temas que aparecen reiteradamente, porque son problemas que les afectan también a ellos, así

***Los datos obtenidos demuestran que el alumno que se acerca a la realidad, aprende y comprende, y en un proceso conjunto y simultáneo logra interpretar valorativamente los hechos y efectos de situaciones cotidianas que inciden en su vida actual y su futuro.***

lo manifiestan y un alto porcentaje, el 80%, dice que les interesa conversar sobre estos temas.

De las informaciones que recibieron, señalan como problemáticas para la provincia, la crisis económica, la pobreza y la desocupación; la delincuencia, inseguridad y violencia, los accidentes de tránsito; la contaminación y falta de compromiso del hombre con el medio ambiente; el Mercosur y las posibilidades para el comercio provincial; la violencia en las escuelas; las enfermedades sociales (droga, sida y alcohol); los conflictos laborales como transporte y erradicación de fábricas. Aparecen también el cambio de gobierno, la venta de armas en Río Tercero, la corrupción, los casos no resueltos por la justicia, entre otros<sup>6</sup>.

Respecto de las noticias que representan un problema para el país, destacan con un alto porcentaje, la crisis económica, la jubilación y la desocupación; señalan, además, la falta de compromiso de los políticos, la inseguridad y la delincuencia, la contaminación, el recorte educativo, la deuda externa, la dolarización de

la economía y la incidencia en la bolsa, la falta de confianza en la justicia, la venta ilegal de armas relacionada con el gobierno argentino y fabricaciones militares.

Aparecen problemas de la calidad de la educación, la droga y el alcohol, la corrupción en el fútbol, el Mercosur, la falta de seguridad en las líneas aéreas.

En relación a las informaciones internacionales, señalan como importantes los conflictos bélicos, los problemas del medio ambiente, la intervención de organismos internacionales en las guerras, la influencia de la bolsa para la economía nacional y la incidencia de los problemas económicos de Brasil para nuestra economía.

Son significativas las coincidencias en las respuestas sobre la crisis económica, la pobreza y la desocupación en los ámbitos de la provincia y el país relacionado a la vez en el ámbito mundial y la influencia de la bolsa para la economía nacional. La importancia del cuidado del medio ambiente se reitera también en los tres ámbitos. Como problemáticas comunes para la provincia y la nación aparecen la inseguridad y la delincuencia.

Ante la pregunta, ¿consideras que el diario también informa de los problemas que afectan a tu comunidad?, el 66% dice que sí, el 29% que no. Las respuestas permiten entrever el interés de los jóvenes por las problemáticas sociales, su actitud de participación, reflexión y compromiso ante la realidad dentro de una visión democrática, expresan que al conocer el tema de una noticia, les interesa en primer lugar aportar lo que saben y luego discutir sobre el tema, dar sus opiniones personales y escuchar otras opiniones.

8. Leer y reflexionar para proyectar el futuro próximo

**8. Leer y reflexionar para proyectar el futuro próximo**

Los alumnos demuestran no sólo disfrutar, sino aprender de la lectura de este medio y evidencian inquietud por conocer e indagar sobre las cosas que los rodean y suceden en su entorno. Así les preocupan temas como la falta de salida laboral, el 85%; la destrucción del medio ambiente, el 55%; la corrupción, el 54%; la falta de confianza en quienes nos representan, el 51%; la violencia, el 54%; otros, el 6%, cuestionan la falta de presupuesto universitario, el SIDA, la discriminación y el armamento bélico. Nos parece importante transcribir textualmente algunas opiniones como testimonio del pensamiento de los jóvenes.

## 9. Los medios de comunicación y la escuela

Esta dimensión se refiere a la inserción de los medios como recurso pedagógico y la incidencia de los mismos en los procesos de enseñanza y procesos de aprendizaje. El 77% responde que trabaja con los medios de comunicación en el colegio y el 22% dice que no. Del 77% que dice utilizarlos, el 71% afirma trabajar con el diario; el 34%, con la televisión; el 27%, con la radio y no responde a esta pregunta el 21%.

## 10. Diario y currículum

Ante la pregunta si trabajan con el diario en la escuela, contestan que sí el 66% y que no, el 32%. De los que lo trabajan en el aula, lo hacen en algunas materias de las distintas especialidades.

Economía, el 40%; Lengua, literatura, castellano, 25%; Historia, 25%; Comunicación social, 17%; Geografía, 16%; Derecho y marco jurídico, 9%; Sistema de organizaciones contable, 8%; Gestión organizacional, 7%; Metodología de la investigación, 7%; Biología, 7% y Sociología, 5%. En menor porcentaje mencionan otras como Ética, Antropología, Filosofía, Trabajo social, Organización turística, Práctica turística, Periodismo, Diseño, Educación para la salud, Catequesis y doctrina social de la Iglesia, Teatro, Computación, Producción animal, Gestión de la producción industrial, Administración de la producción, Sociología de las producciones, Estrategia empresarial, Microemprendimiento, Calidad total, Legislación laboral. Sólo un 2% lo utilizan en todas las materias.

Al solicitarles tres razones por las cuáles consideran positivo o negativo trabajar con el diario en la escuela, dicen que es positivo porque informa, actualiza, amplía y profundiza. Un alto porcentaje, el 93%, afirma que el diario les ayuda a ampliar la información. De éstos el 78% fundamenta que por su especificidad y variedad de temas actuales les permite afianzar conocimientos e investigar, como así también la relectura de las notas.

El 92% manifiesta comprender mejor los problemas de la realidad al estar informados y el 4% dice no comprenderlos. Es importante destacar que el 68% considera importante buscar propuestas de solución a los problemas que se plantean. Manifiestan que es necesario encontrar una solución a múltiples problemáticas sociales para mejorar la calidad de vida, para vivir en paz, para rescatar los valores, poder crecer sin corrupción ni violencia, sin contradicciones y más sentimientos solidarios.

Ven necesario participar y ser responsables y dicen que a veces falta interés en la gente para la búsqueda de soluciones a la inseguridad, a la corrupción,

a la desocupación y a la falta de educación, que las propuestas de solución siempre existen, pero nunca se concretan. Algunos dicen que no es importante buscar propuestas de solución a los problemas porque los que tienen el poder mandan, porque los políticos no escuchan y es poco viable que se ejecuten las propuestas. El 89% responde afirmativamente a que un buen ciudadano debe informarse de lo que sucede en su país y de éstos, el 62% opina que es importante conocer lo que ocurre porque es el lugar donde vivimos; formamos parte de esta sociedad y debemos luchar por nuestros derechos.

El 35% afirma que necesitamos conocer las problemáticas para resolver situaciones y tomar decisiones y un 3% dice que para sensibilizar a la gente.

Es interesante mencionar algunas conclusiones que reflejan ideas como éstas, «para no dejarse avasallar, combatir la corrupción, para poder opinar y modificar conductas futuras»; para no ser estafado ni extorsionado, los problemas del país afectan a todos y no podemos vivir en una burbuja.

Del análisis sobre si los medios de comunicación es factor condicionante sobre los comportamientos sociales, el 86% responde afirmativamente y considera que los medios influyen en él, en lo cultural; en los valores; en la política; en las actitudes y conductas, mencionan además modas, hábitos, consumismo.

De los 423 encuestados, el 22% considera que los medios no influyen en ellos, no responde el 3% y no se considera válido el 1%.

## 11. Participación y compromiso

Se incluyeron algunas preguntas relacionadas con el grado de información e interés de los jóvenes con temas de la actualidad. Ese interés, y a veces la necesidad por informarse, no siempre se refleja en las respuestas; por ejemplo, en la pregunta sobre si conocen algunos de los últimos proyectos del gobierno nacional; del total de encuestados el 30% dice que sí. Es importante tener en cuenta que el 65% opina no conocer los últimos proyectos del gobierno nacional. Esto nos indica la notoria desventaja de aquellos jóvenes que no han estado en contacto con la información. Por otra parte, al preguntarles si es importante la independencia de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, el 50% dice que sí. Fundamenta que es necesario para mantener el sistema democrático, para la autonomía de los poderes, para no transformar el país en una monarquía, para que el poder judicial no dependa del Ejecutivo y no haya jueces corruptos, como así también para el honesto y eficaz desempeño de las autoridades que nos representan.

En el 24% que responde que no es importante la independencia de los poderes, reaparece la falta de credibilidad en el buen funcionamiento del sistema democrático y en la legitimidad de las instituciones, testimonio de estas opiniones es: «no es importante la independencia de poderes ya que por la falta de honestidad no cambia nada, en la actualidad no existe la justicia». Llama a la reflexión el que el 7% de ellos, dice no conocer ni interesarles el tema relacionado con la autonomía de los poderes. No responde a esta pregunta, el 25%.

Al pedirles que mencionen informaciones relacionadas con algunos de los tres poderes no responde a la pregunta el 67%. Esta ausencia de respuesta revela la necesidad de recuperar espacios dentro de los temas curriculares, donde se puedan abordar problemáticas para que el alumno reflexione, experimente y construya las diferentes interacciones que deben darse en el proceso de aprendizaje, considerando al alumno sujeto

***El mejoramiento de los servicios educativos ocupa un lugar primordial dentro de todos los programas y planes; mejorar la calidad de educación es un objetivo permanente de toda gestión educativa, pero es imposible hablar de educación sin tener en cuenta la incidencia de los medios en la misma.***

principal de la actividad educativa. En este momento del cuestionario nos pareció de importancia la pregunta relacionada con los vínculos que se establecen necesariamente entre los proyectos y problemáticas regionales y nacionales, y las ideas, las prácticas y los compromisos. De la información recabada observamos que sólo el 32% afirma que algunos de estos sucesos tienen repercusión nacional. Es pertinente destacar la posibilidad de interrogarnos como docentes, por el mundo en que vivimos, que los condicionantes externos de un mercado global y las nuevas tecnologías exigen el conocer y participar para transformar al educando en miembro activo en esta «sociedad del conocimiento» y de afirmar que la actualidad demanda y exige conocer las distintas realidades política, económica y social que aparecen representadas en los medios.

#### **12. Conocer lo actual**

El Mercosur es un tema actual y relevante para los argentinos y especialmente para los habitantes de esta

provincia ya que por su posición geográfica tiene un papel fundamental en las comunicaciones y en el mercado, y aparece como contenido curricular. Por todo esto se incluyó la pregunta sobre de sí recibieron información sobre el Mercosur y de quién o quiénes la recibieron. El 90% de los alumnos responde que ha recibido información sobre el tema. Con respecto de quién o de quiénes recibieron la información, señalan: el 78% dice haberla recibido a través de la escuela; el 45% de los medios de comunicación; de la familia el 17%; de los amigos el 6%; y un 3% por Internet, libros y revistas. Al preguntarles si conocen los países que lo integran, el 95% afirma conocerlos, señalan que no el 3% y no responde el 1%. Sin embargo, es necesario destacar que cuando nombran los países que lo integran, las respuestas correctas representan sólo el 27%, siendo incorrectas el 69%; no responden el 4%. En la mayoría de las mismas se reitera el mismo error, la integración de Chile como miembro del Mercosur. Es

necesario abordar las razones por las cuales se observa este resultado, que puede ser motivado por la falta de interés o la falta de conocimiento del contenido conceptual. En relación a las preguntas anteriores, el 66% optó por afirmar que el Mercosur favorece el desarrollo de la provincia, mientras que el 22% dice que no se observan avances económicos a partir de este tratado.

#### **13. Protagonismo**

Como cierre del cuestionario y relacionada con los medios de comunicación y el diario en particular, se pregunta: si fueras protagonista de una noticia en el diario, ¿de qué manera y haciendo qué te interesaría aparecer? De los 423 encuestados, al 30% le gustaría aparecer como periodista en distintas secciones. Otros, investigando temas específicos de interés para los jóvenes como el medio ambiente, la violencia juvenil, el sida, la drogadicción, el alcoholismo, la discriminación. El 13% desea aparecer en el diario en acciones solidarias ayudando a la comunidad. Es significativo que sólo al 1% le interese aparecer como político. Al 28% no les interesa aparecer en los medios de comunicación.

#### **14. Conclusiones**

Elaborar una conclusión general puede resultar arbitrario dado que el análisis de este trabajo presenta

diversas aristas. Como todo proceso, éste ha tenido sus propias dificultades, ya que la aplicación de la estrategia originó en algunos casos la distancia en las respuestas de los alumnos, por encontrar a este instrumento fuera de su contexto cotidiano.

Recopilando los totales obtenidos en cada uno de los grandes temas podemos observar más claramente las diferencias detectadas en cuanto a las informaciones y su relación con los intereses y demandas de los jóvenes. En el primer tema, «Los medios de comunicación y los jóvenes», según los porcentajes obtenidos, la importancia de las nuevas tecnologías en la educación es notoria y al mismo tiempo se destaca la reflexión de los alumnos sobre la preocupación que genera su utilización por distintos factores, entre otros, económicos y éticos.

Se han detectado, entre otras, respuestas consideradas insuficientes como en «La lectura y vos», donde un alto porcentaje afirma que les gusta leer. Conociendo la problemática escolar del poco interés existente por la lectura, nos movilizamos a avanzar en este tema y crea la necesidad de indagar en el futuro si esta lectura áulica, además de incentivar el placer lleva a los jóvenes a un análisis y reflexión de la misma.

Otras, como las respuestas que se registran en el bloque «Los medios de comunicación y escuela», donde el Mercosur, tema actual y relevante para los argentinos, crea interrogantes donde se plantea la necesidad de indagar el motivo por el cual, propósitos y contenidos del programa escolar no se observa como un aprendizaje significativo en la mayoría de los alumnos encuestados.

De esta forma, podemos inferir que el conocer las informaciones de los medios de comunicación y en especial el tratamiento de las mismas en el diario, el alumno lector se moviliza de acuerdo a sus intereses y llega a plantear situaciones problemáticas de su localidad, provincia, país o mundo. Los datos obtenidos demuestran que el alumno que se acerca a la realidad, aprende y comprende, y en un proceso conjunto y simultáneo logra interpretar valorativamente los hechos y efectos de situaciones cotidianas que inciden en su vida actual y su futuro. El mejoramiento de los servicios educativos ocupa un lugar primordial dentro de todos los programas y planes; mejorar la calidad de educación es un objetivo permanente de toda gestión

educativa, pero es imposible hablar de educación sin tener en cuenta la incidencia de los medios en la misma.

Consideramos que a partir del tratamiento de los medios de comunicación y del diario en especial como recurso válido, según manifestaciones de jóvenes encuestados, la escuela debe acompañar en la formación de lectores activos, reflexivos y críticos, donde cada uno pueda construir a partir de sus competencias su propia verdad basada en valores, intereses, diversas maneras de mirar el mundo y de actuar en él: «conocer-saber-hacer».

### Apuntes

Provincia de Córdoba (provincia central de la República Argentina), su suelo, clima y ubicación geográfica hacen de ésta una de las provincias con mayor riqueza económica del país. Las localidades elegidas corresponden a los cuatro puntos cardinales.

### Notas

- <sup>1</sup> «El diario como apoyo educativo», programa del Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba, República Argentina y *La Voz del Interior*, diario regional (1990).
- <sup>2</sup> ZAMPONI, R. y FLEITAS, A. (2000): «El diario un instrumento para la construcción de los saberes sociales», en *Comunicar*, 15.
- <sup>3</sup> FREZZA, S.M.; FLEITAS, A.; ECHEVARRÍA, M. y ZAMPONI, R. (2000): «El diario como apoyo educativo: documento de apoyo teórico»; 69.
- <sup>4</sup> CASSANY, D. y OTROS (1997): *Enseñar Lengua*. Barcelona, Graó; 193.
- <sup>5</sup> José Luis Cabeza, fotógrafo asesinado en un trabajo de investigación periodística en relación al tráfico de armas y oro, 29-01-1997.
- <sup>6</sup> Explosión en la Fábrica Militar de Río Tercero de la provincia de Córdoba, principal fábrica de producción de armamentos. Suceso aún no resuelto judicialmente, 3 de noviembre de 1995.

### Referencias

- APARICI, R. (1995): *La enseñanza de los medios en la escuela*. Buenos Aires, Novedades Educativas.
- BARBERO, J.M. (1987): *De los medios a las mediaciones*. México, Gili.
- ELLIOT, J. (1993): *El cambio educativo desde la investigación-acción*. Madrid, Morata.
- FILMUS, D. (1996): *Estado, sociedad y educación en la Argentina de fin de siglo. Procesos y desafíos*. Buenos Aires, Troquel.
- LITWIN, E. (Coord.) (1997): *Enseñanza e Innovaciones en las aulas para el nuevo siglo*. Buenos Aires, El Ateneo.
- MATUTE, A. (1986): «La educación y el enfrentamiento crítico a los medios», en *Medios, Educación, Comunicación*, 10, Año V.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, La Torre.
- PERKINS, D. (1995): *La escuela inteligente*. Barcelona, Gedisa.