

EduMediaTest, una eina al servei de la competència mediàtica. Informe sobre el projecte, els resultats i les recomanacions

JOAN FERRÉS I PRATS

jferresprats@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8995-6735>

ALBA AMBRÓS I PALLARÈS

Professora agregada de la Facultat d'Educació

Universitat de Barcelona

aambros@ub.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4450-2067>

MÒNICA FIGUERAS MAZ

Professora titular del Departament de Comunicació

Universitat Pompeu Fabra

monica.figueras@upf.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4912-4509>

Article rebut el 01/06/22 i acceptat el 08/09/22

Resum

EduMediaTest és una eina interactiva digital gratuïta per avaluar i formar la competència mediàtica d'estudiants europeus de 14 a 18 anys. El projecte, en el marc d'una convocatòria europea, l'ha liderat el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, juntament amb la Universitat Pompeu Fabra, cinc reguladors audiovisuals europeus i dues entitats educadores. Consta d'un qüestionari lúdic-interactiu i de material formatiu flexible sobre cada una de les dimensions de la competència. El maig del 2021 van contestar el qüestionari 8.699 estudiants, dels quals 1.192 eren de Catalunya. L'anàlisi dels resultats conclou que urgeixen millorar les habilitats d'alfabetització mediàtica entre els joves catalans i europeus, sobretot les relatives a la producció i difusió de missatges.

Paraules clau

Competència mediàtica, alfabetització mediàtica, material formatiu, educació formal, avaluació.

Abstract

EduMediaTest is a free interactive digital tool to assess and train the media competence of European students aged 14 to 18. The project, within the framework of a European call for proposals, has been led by the Catalan Audiovisual Council (CAC), with the Pompeu Fabra University, five European audiovisual regulators and two educational organisations. It consists of a fun-interactive survey and flexible training material on every dimension of media competence. In May 2021, 8,699 students answered the survey, of which 1,192 were from Catalonia. The analysis of the results concludes that there is an urgent need to improve media literacy skills among young Catalans and Europeans, especially those related to the production and dissemination of messages.

Keywords

Media Competence, Media Literacy, Training Materials, Formal Education, Assessment.

Introducció

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i la Universitat Pompeu Fabra (UPF) han liderat durant el 2019 i 2020 un projecte per desenvolupar una eina interactiva digital destinada a avaluar i alhora millorar la competència mediàtica dels estudiants europeus de 14 a 18 anys. La iniciativa s'emmarca en una convocatòria de recerca competitiva sobre educació mediàtica anomenada *Media Literacy for All*, que promou la Comissió Europea (CE) i que té entre els seus objectius combatre la desinformació i gestionar de manera crítica els continguts que es reben per les xarxes socials. El projecte, anomenat EduMediaTest, va ser una de les 15 propostes guanyadores, d'un total de 69 presentades en la convocatòria de l'any 2019, i va ser lliurat a la CE el setembre del 2020. L'eina resultant s'ha posat a disposició de les institucions de tots els països de

la Unió Europea, de manera oberta i gratuïta, a la qual es pot accedir a través del lloc web <https://edumediatest.eu/>.

En el projecte hi han participat cinc reguladors audiovisuals europeus, dues institucions públiques en l'àmbit educatiu i una universitat. En concret, les cinc autoritats reguladores són el CAC, l'Agencija za elektronicke medije (AEM) de Croàcia, el Rada pre vysielanie a retransmisiu (CBR) d'Eslovàquia, el Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) de França i l'Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) de Portugal.

Les dues entitats educadores són el National Centre of Audiovisual Media & Communication (EKOME) de Grècia i el Dublin West Education Centre (DWEC) d'Irlanda. La Universitat Pompeu Fabra hi ha participat dissenyant la proposta, elaborant el qüestionari i les fitxes formatives, i garantint que el projecte respongui als principis de recerca científics.

Per facilitar la coordinació entre els socis i la implementació de

l'eina d'avaluació i formació en línia en contextos molt diferents, es va preveure un taller presencial per a socis i personal implicat, per tal de consensuar criteris teòrics i metodològics. Els límits imposats per la pandèmia de la Covid-19 no van fer possible aquesta iniciativa, però, malgrat això, s'ha pogut fer front a aquest repte mitjançant les trobades virtuals i els intercanvis a través dels sistemes digitals.

Les eines dissenyades per avaluar i per formar en competència mediàtica han estat avaluades per garantir-ne la validesa i la fiabilitat, en primer lloc en uns pretests, individuals i col·lectius, aplicats a tots els països i, finalment, en el procés mateix de realització del projecte. El qüestionari final es va distribuir a 9.379 joves de set països (Catalunya, França, Grècia, Croàcia, Eslovàquia, Portugal i Irlanda) i els que es van donar com a vàlids per analitzar van ser 8.699. Les escoles participants eren entitats tant públiques com privades de l'entorn urbà i també rural. En concret, a Catalunya, les escoles participants van ser: Escola Assís (Premià de Mar), Escola Cor de Maria (Mataró), Escola Pia el Masnou, Escola Solc (Barcelona), Escola Virolai (Barcelona), Institut Antoni Torroja (Cervera), Institut Ernest Lluch (Barcelona), Institut el Vern (Lliçà de Vall), Institut Euclides (Pineda de Mar), Institut Antoni de Martí i Franquès (Tarragona), Escola Manyanet Les Corts (Barcelona) i Institut Jaume Cabré (Terrassa). El nombre total de qüestionaris que es van recollir en aquestes escoles i instituts va ser de 1.192.

Què és exactament EduMediaTest?

El projecte consisteix en una eina per avaluar en línia la competència mediàtica d'estudiants de 14 a 18 anys i, alhora, en unes propostes formatives interactives per corregir-ne les eventuais deficiències. El programa està dissenyat perquè sigui gestionat pel professorat que vulgui avaluar l'alumnat, però, al mateix temps, educar-lo en aquesta matèria, com una activitat docent més dins el centre escolar. Només tenint consciència que hi ha mancances en el saber és possible sentir la necessitat d'aprendre. L'objectiu d'aquest projecte és educar en la competència mediàtica a partir d'una avaluació del seu estat actual.

Pel que fa a la primera part (avaluació), es pretén comprovar, mitjançant un qüestionari interactiu de 43 preguntes, el grau de competència mediàtica de l'alumnat en diferents dimensions que es detallen en l'apartat següent: tecnologia, llenguatges, procés de producció, procés de recepció i difusió, ideologia i valors, i dimensió estètica (Ferrés i Piscitelli, 2012). Avalua, per exemple, la capacitat que tenen els estudiants per determinar la fiabilitat de les notícies, detectar els interessos no visibles de les fonts, constatar l'existència d'estereotips o fomentar una actitud responsable davant els drets d'autoria. També es pretén comprovar el domini dels codis expressius i la capacitat de generar missatges comprensibles i eficaços. Per respondre al qüestionari, l'estudiant havia de fer activitats tan diverses com analitzar vídeos i fotografies o buscar informació en un cercador d'internet per poder completar les respostes.

Quant a la segona part (formació), el programa proposa activitats formatives en competència mediàtica que el professorat pot implementar a les aules a partir de les dades obtingudes a l'avaluació i d'un dossier de material penjat al web, amb una fitxa de propostes formatives per a cada pregunta, que el professorat pot triar en funció de les mancances observades en el seu alumnat.

Les eines d'avaluació i de formació en competència mediàtica d'EduMediaTest estan disponibles al web (<http://edumediatest.eu>) de manera oberta i gratuïta, perquè tothom que vulgui, professorat d'educació formal i no formal, o fins i tot famílies, les puguin posar en pràctica. Tant el qüestionari com els materials es troben en deu idiomes per garantir que se'n faci una difusió àmplia: en primer lloc, en anglès, ja que es tracta de la llengua de treball del projecte, i també en català, castellà, croat, francès, gaèlic, grec, portuguès, eslovac i alemany.

La conceptualització del projecte

La preocupació creixent per la desinformació no es pot abordar amb eficàcia en l'educació si no es transcendeix l'enfocament instrumental de la competència mediàtica. 13 De la mateixa manera, és fonamental potenciar la capacitat d'interactuar amb els mitjans en un sentit més ampli, ser capaç d'expressar-se a través de codis i formats diversos. I, a més, focalitzar l'atenció en el paper que juguen les creences, les actituds inconscients i les respostes emocionals en l'experiència d'interacció amb els mitjans. Per tant, tenir en compte la importància de mantenir una actitud crítica envers les pràctiques i els coneixements propis, quan es tracta de l'ús dels mitjans. Per tot això, el projecte EduMediaTest parteix d'un enfocament holístic i té en compte les dimensions que constitueixen la competència mediàtica que han estat desenvolupades i refinades al llarg de múltiples investigacions durant els darrers vint anys (Ferrés, Aguaded-Gómez i García Matilla, 2012; Masanet, Contreras i Ferrés, 2013; Ferrés, Masanet i Blanco, 2014; Ferrés, Figueras-Maz, Masanet i Hafner, 2017). L'eix en què es basen les diferents preguntes del qüestionari avaluatiu refereixen aquestes sis dimensions de Ferrés i Piscitelli (2012: 79-81):

- **Llenguatges:** coneixement dels codis i capacitat d'utilitzar-los i analitzar missatges en una cultura multimèdia, transmèdia i multimodal, des de la perspectiva del sentit i el significat, des de les estructures narratives i les convencions del gènere.
- **Tecnologia:** comprensió del paper que tenen les TIC en la societat. Coneixement i capacitat per utilitzar les eines que permeten la comunicació en un context multimèdia, transmèdia i multimodal; i comprensió dels processos mitjançant els quals s'elaboren els missatges.
- **Processos de recepció:** Capacitat per avaluar, seleccionar, revisar i valorar la pròpia dieta mediàtica. Capacitat per comprendre i gestionar, des d'un punt de vista crític, els

elements cognitius, racionals, emocionals i contextuals implicats en els processos de recepció.

- Processos de producció i difusió: Coneixement dels rols i les tasques que desenvolupen els actors socials implicats en els processos de producció i difusió, i el seu marc normatiu. Capacitat per elaborar, seleccionar, compartir i difondre missatges mediàtics.
- Ideologia i valors: Capacitat per potenciar una actitud integral, compromesa i crítica en la selecció, el consum i l'elaboració de missatges mediàtics, entesos com a representacions de la realitat.
- Estètica: Capacitat i sensibilitat per analitzar, valorar i gaudir els aspectes formals dels missatges dels mitjans, tenint en compte la seva qualitat estètica i originalitat. Capacitat per produir missatges que contribueixin a augmentar els nivells de creativitat, originalitat i sensibilitat.

Valors afegits del projecte

La proposta és innovadora tant des del punt de vista del plantejament i dels continguts com de la metodologia. Alguns dels valors afegits del projecte són:

- EduMediaTest és una de les poques eines existents que mesura la competència mediàtica de la ciutadania (l'avaluació és un requisit imprescindible per a la formació). A més, l'instrument de mesura n'ofereix una avaluació automàtica i instantània. El professorat pot conèixer els resultats obtinguts de la seva classe immediatament després d'aplicar el qüestionari.
- L'eina té, al contrari del que sol ser habitual en avaluacions, un enfocament interactiu i lúdic. L'alumnat interacciona amb l'ordinador o la tauleta per respondre als qüestionaris i ho fa a través de recursos tan variats com el minijoc, el *swipe*, l'enquadrament-arrossegament-*drag*, el filtre, la mecànica i el *multiple choice*.
- Els pocs materials que hi ha al mercat per mesurar la competència mediàtica de la ciutadania (inclosos els produïts per institucions prestigioses com la BBC) són de caràcter autoperceptiu. En aquest cas no ho és. Per exemple, per mesurar si es verifiquen o no les informacions a les quals accedeix a internet, el qüestionari demana que busqui una informació en un navegador i el dispositiu detecta i avalua de manera automàtica no l'encert de la resposta, sinó si l'alumnat ha verificat la informació que ha trobat a la primera cerca, és a dir, si ha fet més d'una cerca.
- L'eina serveix no només per avaluar la competència mediàtica en general, sinó també la de cadascuna de les sis dimensions que la integren, com s'ha fonamentat abans. Es pot donar el cas que la persona sigui molt competent en una dimensió, per exemple en el cas de la joventut ho sol ser en la tecnològica, i poc o gens en una altra, per exemple, la ideològica.

- El recurs serveix alhora per avaluar la competència mediàtica i per formar en aquesta competència els infants i els joves. Després d'avaluar el grup-classe, el professorat pot veure quins resultats han obtingut i pot accedir a les fitxes i dur-les a la pràctica. El material formatiu que s'ofereix és totalment flexible i es pot limitar a dedicar una única hora de classe a formar l'alumnat en les seves pròpies mancances (per exemple, només en aquella dimensió de la competència en què han obtingut pitjors resultats) o es pot fer una formació intensa i estructurada, atenent a totes les dimensions que formen part de la competència mediàtica.
- En l'àmbit conceptual, els continguts, tant en la part avaluativa com en la formativa, tenen en compte, d'una banda, les innovacions esdevingudes en el camp de la tecnologia i les noves pràctiques de comunicació, i de l'altra, els descobriments provinents de la neurociència entorn del funcionament de la ment, que interacciona amb i a través d'aquests mitjans digitals, i incideix, sobretot, en la importància de l'inconscient i del cervell emocional en els processos mediàtics.
- El projecte no només aborda les habilitats crítiques necessàries per processar el discurs centrat en la informació, sinó també les estratègies subjacents emprades en el discurs de ficció —a través de tècniques de narració d'històries— amb finalitats de manipulació, que és fonamental en un context on la desinformació està impregnant l'ecosistema mediàtic.

Algunes conclusions sobre el grau de competència dels joves europeus

Una de les conclusions més rellevants del projecte EduMediaTest té a veure amb la fiabilitat de la prova, tenint en compte que l'objectiu del projecte era dissenyar una eina que fos alhora avaluativa i formativa de la competència mediàtica de les persones joves.

El projecte ha confirmat a escala europea, per a la competència mediàtica, el que altres recerques acadèmiques han demostrat en relació amb altres competències: que en la majoria dels països hi ha una correlació entre el nivell de competència de la ciutadania i el nivell educatiu de la mare. És a dir, que per determinar el nivell de competència mediàtica del fill o filla és millor predictor el nivell d'estudis de la mare que el del pare (Mercy i Steelman, 1983; Gutman, Sameroff i Cole, 2003; Ribas, Moura i Bornstein, 2003).

També han resultat significatius els resultats en relació amb les variables de l'edat, el gènere i el dispositiu utilitzat per respondre el qüestionari. Les noies han obtingut una puntuació global superior a la dels nois; els alumnes de més edat, una puntuació superior a la dels més joves; i els que han utilitzat ordinador per fer les proves han assolit uns resultats millors que els que han utilitzat mòbils o tauletes. L'estudi va mostrar que

el 72,9% hi accedeix a través de PC i el 27,1%, a través de tauletes/telèfons intel·ligents. L'única excepció va ser Croàcia, en què gairebé la meitat de les persones enquestades ho va fer amb ordinadors i l'altra meitat, amb telèfons intel·ligents o tauletes. Pel que fa al temps de participació en la realització del qüestionari, aquelles persones joves més grans es mantenen més en línia i, com més temps passava, el o la participant que responia a la prova obtenia millor puntuació.

Pel que fa a l'avaluació de la competència mediàtica dels joves europeus participants en cadascuna de les sis dimensions, en destaquen els resultats de dues, la tecnològica i l'estètica. En aquesta taula, les puntuacions de totes les dimensions estan estandarditzades amb rang 0-10 (0 puntuació mínima i 10 puntuació màxima al test). Els resultats de cada dimensió es van ponderar seguint les indicacions de l'equip que va dissenyar el qüestionari sobre la base de la seva rellevància en relació amb les dimensions i els indicadors de la competència mediàtica.

Els nivells més alts de competència es troben en la dimensió de la tecnologia, la qual cosa posa de manifest la contradicció de l'escola, que redueix la competència mediàtica a la competència digital (bàsicament en la seva dimensió instrumental). És a dir, que l'escola tendeix a oferir la màxima formació en l'única dimensió en què l'alumnat ja està preparat. Les persones joves participants tenen una formació mediàtica adequada en termes d'habilitats tècniques (accés a continguts, gestió de continguts, navegació web).

D'altra banda, es posa de manifest que l'escola ha anat modificant els paràmetres en què es mou l'educació mediàtica en funció dels canvis derivats de les innovacions tecnològiques, però no els ha modificat en funció dels descobriments sobre el funcionament del cervell que interacciona amb aquestes tecnologies. Un nou repte pendent per a l'educació mediàtica.

L'altra dimensió en la qual han tret bons resultats és l'estètica. La dimensió estètica va ser la segona millor puntuada i té com a objectiu avaluar la capacitat de les persones participants d'extreure plaer de les categories formals, de reconèixer la

qualitat estètica d'un producte i de relacionar les produccions mediàtiques amb altres obres artístiques, detectant-hi influències mútues.

La dimensió ideològica es va puntuar com a tercera, en general. Les preguntes al voltant de la ideologia van explorar com les representacions dels mitjans estructuren la percepció de la realitat de cadascú i van prestar especial atenció al poder de la comunicació visual. Aquesta dimensió implicava preguntes sobre la distinció de la veritat de la informació falsa i la desinformació explorada.

Les dimensions pitjor avaluades van ser les tres restants, producció i difusió, llenguatge i recepció. Producció i difusió consistia a explorar la capacitat de compartir i difondre informació a través de mitjans i xarxes socials tradicionals, tot millorant la visibilitat dels missatges, en interacció amb comunitats cada vegada més grans. La dimensió del llenguatge consistia a avaluar la capacitat dels participants de modificar els productes existents, donant-los un nou significat i un nou valor. La recepció consistia a avaluar els coneixements dels participants sobre el concepte de públic, els estudis sobre el públic i els seus objectius i limitacions. Un rendiment baix en aquestes tres dimensions indica que els estudiants no estan familiaritzats amb la manera com funcionen les organitzacions de mitjans de comunicació i les plataformes de contingut, la manera com es produeixen els missatges dels mitjans segons certes regles i la manera com poden tenir un significat lateral.

Algunes conclusions sobre el grau de competència mediàtica a Catalunya

Com ja s'ha comentat més amunt, 12 escoles i instituts de Catalunya de tres províncies (Barcelona, Tarragona i Lleida) van participar en l'EduMediaTest durant el mes de maig del 2021. La mostra seleccionada final dels participants va ser de 1.192 joves i representa un 13,7% de la mostra final. Abans de passar

Taula 1. Resultats globals dels set països en cada una de les 6 dimensions

Dimensions	Mostra	Mitjana	Desviació estàndard
Estètica	8.699	4,42	2,61
Ideologia	8.699	3,21	1,93
Llenguatge	8.699	2,51	1,45
Producció i difusió	8.699	2,44	1,18
Recepció	8.699	2,77	1,69
Tecnologia	8.699	5,11	2,50

Font: Elaboració pròpia, SPSS.

el qüestionari es van dur a terme dues reunions virtuals amb les persones responsables dels centres educatius per explicar el projecte i aclarir tots els dubtes que podien sorgir. A més, alguns d'aquests instituts s'havien ofert voluntaris per pilotar el qüestionari durant el mes de febrer del 2021. La implicació i la col·laboració de tots va ser excel·lent, així com les valoracions que van fer del procés i del qüestionari, que van poder avaluar amb una petita enquesta que es va preparar *ad hoc* per a ells. Alguns dels comentaris que van escriure, que citem textualment, són els següents:

P3: Els continguts que es proposaven al qüestionari no es treballen gaire al nostre centre i ens van ser útils.

P10: Del test, molt interessants les qüestions sobre l'ús d'imatges i continguts web tenint en compte els drets d'utilització. Encara hauria anat més enllà per saber fins a quin punt dominen la "citació", és a dir, esbrinar si saben citar (textos i imatges trobats al web).

Pel que fa als resultats obtinguts a Catalunya (vegeu la taula 2), val a dir que no difereixen gaire dels generals d'Europa. De la mateixa manera, les puntuacions de totes les dimensions estan estandarditzades amb rang 0-10 (0 puntuació mínima i 10 puntuació màxima al test). La dimensió de la tecnologia és també la que més dominen els joves catalans que van contestar l'EduMediaTest, igual com a Europa, amb una mitjana de 5,44.

En segon lloc, la dimensió estètica i en tercer lloc, la ideològica, igual com a Europa. En les tres dimensions restants, la diferència principal que hi ha respecte dels resultats obtinguts dels joves europeus és que la dimensió del llenguatge és la pitjor puntuada pels joves catalans i ocupa el sisè lloc, mentre que queda en cinquena posició a Europa. Aquesta dimensió és important perquè avalua la capacitat dels adolescents de poder modificar els productes existents en diferents llenguatges. La dimensió de recepció, així com la de producció i difusió ocupen el quart i cinquè lloc, respectivament, al nostre país. Igual com ocorre a Europa, el fet que aquestes tres dimensions obtinguin

les puntuacions més baixes demostra com n'és de necessària la consolidació d'una educació mediàtica al país, per tal de donar les eines necessàries als joves per poder esdevenir prosumidors competents mediàticament.

Recomanacions emeses a la Comissió Europea

Segons l'anàlisi estadística dels resultats, encara hi ha una gran necessitat de millorar les habilitats d'alfabetització mediàtica entre les persones joves. És per això que en finalitzar el projecte, i a partir dels resultats obtinguts, es van elaborar recomanacions dirigides als responsables de la presa de decisions en l'àmbit de l'educació en mitjans. A continuació es presenten de manera resumida:

Recomanació núm. 1: Donat que es posa de manifest la contradicció de les escoles, que redueixen l'alfabetització mediàtica a una simple habilitat digital (essencialment, la seva dimensió instrumental), és imprescindible continuar millorant les habilitats mediàtiques i alhora incorporar esquemes educatius de transformació digital que es consideren necessaris per a models d'aprenentatge combinat, com *Flip Classroom i Remote School Education*.

Recomanació núm. 2: Malgrat que la dimensió estètica va ser la segona millor puntuada, és imprescindible que els cursos d'estètica continuïn i millorin a tots els nivells escolars, amb més referències nacionals i interculturals per a tot l'alumnat.

Recomanació núm. 3: També és necessari esmenar esforços en la dimensió situada en tercera posició en els resultats, la ideològica. És important millorar el currículum escolar amb més temes sobre la concepció ideològica del funcionament dels mitjans i l'impacte de l'audiència.

Recomanació núm. 4: Pel que fa a producció i difusió, recepció i llenguatge, situades en les últimes posicions en l'avaluació, es recomana reforçar aquestes capacitats cognitives per tal de

Taula 2. Resultats a Catalunya en cada una de les 6 dimensions

Dimensions	Mostra	Mitjana	Desviació estàndard
Estètica	1.192	4,28	2,73
Ideologia	1.192	3,62	1,93
Llenguatge	1.192	2,59	1,45
Producció i difusió	1.192	2,71	1,18
Recepció	1.192	2,85	1,64
Tecnologia	1.192	5,44	2,39

Font: Elaboració pròpia, SPSS.

convertir l'alumnat en millors persones investigadores i analistes del significat i de la creació dels mitjans.

Recomanació núm. 5: Per una banda, atesa la correlació entre el rendiment de la puntuació i l'edat, són necessàries més unitats relacionades amb els mitjans de comunicació per a un nivell educatiu inferior. Per l'altra, atesa la correlació també amb el temps de realització del qüestionari, es recomana dedicar un temps adequat (com a mínim, 2 hores lectives) a realitzar projectes d'avaluació com EduMediaTest, basats en l'experiència i el coneixement propis. L'alumnat estava disposat a completar el qüestionari i a explorar-ne les dimensions, però el temps no era suficient.

Recomanació núm. 6: Tot i la disponibilitat d'equips tècnics per a processos educatius interactius a les escoles, de manera global, cal millorar-los i actualitzar-los.

Recomanació núm. 7: Les escoles no són conscients majoritàriament que, si les experiències mediàtiques són interaccions entre ments a través de tecnologies, no es pot aconseguir que siguin enriquidores sabent com funcionen les tecnologies, però sense saber com funcionen les ments. Es tracta d'un repte nou i no resolt en l'educació mediàtica, que cal tenir en compte de manera seriosa.

Consideracions finals

Un vegada finalitzat el projecte, el CAC ha presentat els resultats d'EduMediaTest a l'Assemblea de l'EPRA (Plataforma Europea d'Autoritats Reguladores), on en els darrers anys les accions realitzades per promoure l'educació en mitjans han estat una constant. A més, també s'ha presentat el projecte a l'Assemblea de la Plataforma de Reguladors de l'Audiovisual d'Iberoamèrica (<https://www.epra.com/>), l'òrgan del qual el CAC ostenta la vicepresidència. D'altra banda, se'n van fer presentacions a l'autoritat reguladora britànica Ofcom; a l'associació Media and Learning (<https://media-and-learning.eu/>) i al Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes (<https://www.rirm.org/>). En tots els casos, s'ha mostrat molt d'interès en el projecte i a avançar vers una ciutadania competent en mitjans.

EduMediaTest ha suposat la consolidació d'una eina de mesura i de formació, fonamentada teòricament a partir de la llarga trajectòria de recerca empírica anterior de l'equip de la UPF en diferents projectes d'educació mediàtica i suposa ara una oportunitat d'oferir la implantació de l'instrument a diversos països llatinoamericans, tant en espanyol com en portuguès. Des de la UPF s'està treballant en aquesta possibilitat a través d'una col·laboració amb Alfamed. Sigui en el marc que sigui, cal aprofitar l'esforç realitzat en aquest projecte i els resultats obtinguts per continuar impulsant l'avaluació i la formació de la competència mediàtica a Europa, globalment, i a Catalunya en particular.

Referències

- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82.
<https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Ferrés, J., Aguaded-Gómez, I., & García-Matilla, A. (2012). La competencia mediática de la ciudadanía española: dificultades y retos. *Icono* 14, 10(3), 23-42.
<http://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.201>
- Ferrés, J., Masanet, M.-J., & Blanco, S. (2014). La Educación mediática como carencia. A: I. Eleá (Ed.), *Agentes e vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha* (p. 265-271). Nordicom.
- Ferrés, J.; Figueras-Maz, M.; Masanet, M.-J., & Hafner, A. (2017). *Revisió dels paràmetres que regeixen l'educació mediàtica*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).
<https://bit.ly/3TviVSA>
- Gutman, L. M.; Sameroff, A. J., & Cole, R. (2003). Academic growth curve trajectories from the 1st grade to 12th grade: Effects of multiple social risk factors and preschool child factors. *Development Psychology*, 39(4), 777-790.
<http://dx.doi.org/10.1037/0012-1649.39.4.777>
- Masanet, M. J., Contreras, P., & Ferrés, J. (2013). Highly qualified students? Research into the media competence level of Spanish youth. *Communication and Society*, 26(4), 217-34.
- Mercy, J. A., & Steelman, L. C. (1982). Familial influence on the intellectual attainment of children. *American Sociological Review*, 47(4), 532-542.
<https://doi.org/10.2307/2095197>
- Ribas Jr, R. D. C., Moura, M. L. S. D., & Bornstein, M. H. (2003). Socioeconomic status in Brazilian psychological research: II. socioeconomic status and parenting knowledge. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 8(3), 385-392.
<https://doi.org/10.1590/s1413-294x2003000300005>