

## El grado de competencia mediática en la ciudadanía de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

**Competencia mediática. El grado de competencia mediática en la ciudadanía de la Comunidad Autónoma de La Rioja.**

**Entidad financiadora:** Consejo Audiovisual de Cataluña, Universitat Pompeu Fabra Barcelona), Ministerio de Educación y Ciencia (Madrid).

**Grupo de investigación:**

GICOM (Grupo de Investigación de competencia mediática). Universidad de La Rioja.

**Nombre de las personas participantes en el proyecto:**

*Investigadores:* Dr. Joan Ferrés i Prast. UPF (IP-Estatal), Dra. Josefina Santibáñez Velilla (IP-UR). *Colaboradores de investigación:* Dr. Jesús Ramírez Martínez (Profesor de la Universidad de La Rioja); Dra. Magdalena Sáenz de Jubera (Profesora de la Universidad de La Rioja); Ldo. Cruz Pérez Merino (Profesor de la Universidad de La Rioja); Dr. José Luis Sierra Gómez (Orientador Escolar); Ldo. Fernando Antonio Valgañón Grijalba (Inspector de Educación); Ldo. Esteban Grandes Aguado (Orientador Escolar); Ldo. Franz Prieto von Derschau (Orientador Escolar); D. José Ramón Fernández (Director del CEPA de Nájera); Lda. Carmen Latorre Santibáñez.

### Descripción general

La investigación que se presenta ha tenido como objeto implementar en la ciudadanía riojana el concepto de «competencia mediática», a través del diagnóstico de las necesidades y carencias de las ciudadanas y de los ciudadanos riojanos, para en futuros estudios establecer un programa de evaluación que permita aportar propuestas formativas en el ámbito de las dimensiones de la competencia mediática.

Esta investigación, por tanto, trata de contribuir a potenciar el desarrollo de una política de educación mediática y perfilar: los objetivos, los contenidos, los procedimientos y las actitudes que son necesarias desarrollar en este ámbito. Se parte como base del documento del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), publicado por Joan Ferrés en Quaderns del CAC y posteriormente en la Revista Científica Comunicar número 29 (2006), en el que ya se sentaban las bases para definir las dimensiones y los indicadores que configuran la competencia mediática.

El objeto de este estudio es promover un análisis exhaustivo y sistemático de una realidad escasamente investigada, el grado de competencia audiovisual que los ciudadanos tienen a la hora de afrontar sus interacciones con los medios de comunicación y las tecnologías digitales.

Como objetivos concretos, este Proyecto pretende:

- Detectar las necesidades y carencias de la población riojana seleccionada en relación con los niveles de competencia en comunicación: tecnología, lectura crítica y producción audiovisual.
- Definir los indicadores de referencia para medir el grado de competencia en comunicación en sectores poblacionales diferenciados de la sociedad riojana.

## Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación

I Seminario internacional REUNI+D  
Barcelona, 11 de octubre, 2013

- Diagnosticar los niveles y grado de competencia audiovisual de las muestras seleccionadas

Se ha realizado un análisis cuantitativo de los datos, ya que la finalidad de esta fase de la investigación era comprobar el grado de competencia en comunicación audiovisual que tenían los riojanos en función de las siguientes variables: género, edad y nivel de estudios. Para llevar a cabo dicha labor, hemos recurrido a una encuesta con preguntas de formulación cerrada (que pueden incluir respuestas escaladas) y preguntas abiertas. Dejamos para una segunda fase que evaluará el nivel de competencias en otros ámbitos las técnicas de carácter cualitativo, como los grupos de discusión (focus group) y las entrevistas en profundidad.

La encuesta, como instrumento de investigación, es capaz de dar respuesta a problemas, tanto en términos descriptivos como de relación de variables, con la finalidad última de describir las condiciones de una realidad, identificar normas y patrones de condiciones y acciones, y determinar relaciones entre acontecimientos (Buendía, 1997).

La muestra ha consistido en la gestión de 516 cuestionarios en el territorio de la Comunidad Autónoma de La Rioja, de más de 6.000 en el conjunto del Estado español.

La investigación ha contado con el asesoramiento del Dr. Francesc Martínez, del Instituto de Ciencias de Educación (ICE) de la Universidad de Barcelona, experto en metodología cuantitativa, que revisó desde un primer momento los cuestionarios y *a posteriori* los validó a partir de los resultados obtenidos con las pruebas piloto.

### Aportaciones y resultados

Las necesidades de formación en competencia mediática afectan a las seis dimensiones que componen dicha competencia: estética, lenguajes, ideología y valores, tecnología, producción y programación, y recepción y audiencia:

1. Existe carencia de una formación en la dimensión «Estética» en general, tanto en el campo del audiovisual como en cualquier otra manifestación artística: pintura, literatura, música, etc. Dificultad de muchos individuos de expresar por escrito razonamientos abstractos o de realizar argumentaciones claras en defensa de sus opiniones. Falta una formación mínima necesaria para consumir productos audiovisuales con criterio.  
Se ha detectado que las personas que han respondido al cuestionario han sido incapaces de incorporar a sus análisis conocimientos vinculados con las artes plásticas tradicionales, lo que permite conocer una laguna importante en los planes de estudio de los niveles no universitarios.
2. La evaluación de la dimensión «Lenguaje» revela que pocas personas son capaces de lograr una capacidad mínima respecto a la dimensión de lenguaje. El lenguaje audiovisual siempre se ha visto como un código intuitivo y fácil de entender, y esto ha hecho que, ni en el ámbito educativo formal ni en el no formal, se haya trabajado del mismo modo como se trabajan el lenguaje oral y escrito.
3. La evaluación de la dimensión «Ideología y de valores» ha puesto de manifiesto que pocas de las personas entrevistadas logran una capacidad mínima para apreciar y ser críticos con los mensajes audiovisuales como portadores de intereses, ideologías, etc. También hay bastantes personas que creen que una imagen no puede engañarles o que se pueden tomar decisiones sin ningún atisbo de emoción o sentimiento. Las explicaciones más comunes podrían estar relacionadas con la falta de costumbre reflexiva delante de una pieza audiovisual. Los

## Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación

I Seminario internacional REUNI+D  
Barcelona, 11 de octubre, 2013

espectadores reciben los mensajes sin tiempo ni conocimiento para procesarlos conscientemente, y eso hace que no se produzca aprendizaje con respecto a los mecanismos de transmisión de valores e ideología.

4. Un 78,3%% de los ciudadanos y ciudadanas riojanos encuestados que manifiestan un desconocimiento prácticamente total, del hecho de que existen instituciones y organismos a las que se pueden dirigir las quejas contra los medios de masas es particularmente grave.

No se puede considerar del todo competente en educación mediática a una persona que piensa que tiene motivos para quejarse de los medios de masas, que sabe que hay instituciones a las que puede dirigir su queja y que nunca ha ejercido este derecho (y deber).

5. Los resultados globales obtenidos en la dimensión «Tecnológica» dan un porcentaje de casi la mitad de personas con escasa competencia tecnológica, lo que significa que también en esta dimensión de tecnología se requiere la necesidad de adquirir aprendizajes importantes tanto en el ámbito de análisis como en el ámbito de expresión.

Los resultados correspondientes a la variable de la edad analizada manifiesta un salto considerable en la calidad de las respuestas al pasar de un intervalo de edad a otro, en perjuicio sobre todo de las personas de 65 años de edad.

6. Se detectan notables carencias en el conocimiento de cuestiones relativas a la dimensión «Producción y Programación». Sólo en el caso de las televisiones públicas y privadas podemos decir que se obtienen valoraciones positivas en algo más de la mitad de las personas encuestadas. No obstante, pensamos que merece especial atención el desconocimiento de aspectos como el concepto de software libre o licencia de libre distribución y los diferentes pasos de los que se componen la elaboración de un producto audiovisual, para estimar el grado de competencia en comunicación audiovisual.

La principal conclusión a extraer de los resultados totales de la encuesta es que el grado de competencia mediática de los riojanos es muy bajo. La nota media que obtienen los encuestados es un 23,66 sobre 100, con una desviación típica de 12,66 puntos. El 98,1% suspende. La nota máxima conseguida, además, también es muy baja, puesto que es de 67 puntos, obtiene el 0,2% de los encuestados.

### Contribuciones/recomendaciones para la educación

Como consecuencia de los resultados obtenidos que demuestran objetivamente la carencia de una mínima competencia en comunicación audiovisual en los riojanos, que les permita ser consumidores y usuarios formados, conscientes y activos, y de acuerdo con la recomendación del Parlamento Europeo de diciembre del 2008, debieran introducirse en los centros escolares riojanos una asignatura de *educación mediática* o *educación en comunicación audiovisual (ECA)*, como se ha planteado en otras Comunidades.

Se aboga por abordar la comunicación en el sentido más amplio incluyendo todas sus áreas y dimensiones, por lo que dicha materia o *ECA* debería formar parte de todas las disciplinas incluidas en el currículum académico riojano. De ahí que la educación mediática deba formar parte de los planes de estudio en todos los niveles.

De acuerdo con el mencionado documento del Parlamento Europeo, se ha de impulsar también la *alfabetización mediática de los adultos*.

## Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación

I Seminario internacional REUNI+D  
Barcelona, 11 de octubre, 2013

La *competencia emocional* debe tenerse presente en el desarrollo de la competencia audiovisual. Los descubrimientos de la neurobiología durante las últimas décadas, sobre todo durante los años 90, obligan a replantear los parámetros en los que se han sustentado la cultura y la enseñanza en el mundo occidental. De este modo, cabe la revisión de los fundamentos en toda relación académica con el mundo de la imagen, que está profundamente vinculado con las emociones y con el inconsciente.

De acuerdo con el principio social de las *responsabilidades compartidas*, habría que dinamizar la participación de colectivos sociales para solventar los déficits de competencia en comunicación audiovisual de los riojanos. Pensamos en colectivos como los profesionales de la comunicación, los profesionales de la enseñanza obligatoria, los formadores universitarios, los padres y madres de familia y las varias instancias políticas y sociales.

En el ámbito de los *profesionales de la enseñanza obligatoria*, con objeto de detectar la presencia o ausencia de experiencias formativas en el desarrollo de la competencia mediática audiovisual en los niveles de la enseñanza Infantil, Primaria y Secundaria, deberían analizarse los planes de estudio y evaluar en profundidad tanto la sensibilización como la práctica docente. Así como insistir en la necesidad formativa de los docentes, tanto desde el punto de vista de la formación inicial (estudios de grados de maestro, másteres de secundaria, etc.) cómo desde el punto de vista de la formación permanente.

Es importante también, en el ámbito de la *enseñanza universitaria*, evaluar la práctica docente de las facultades dedicadas a la formación de los profesionales de la comunicación (periodismo, comunicación audiovisual y publicidad) y los dedicados a la formación de los profesionales de la educación (grados y posgrados de formación del profesorado, educadores sociales...), en relación con la competencia en comunicación audiovisual de la ciudadanía.

Por otro lado, también se tendrían que evaluar los planes de estudio de educación para comprobar la presencia o ausencia de contenidos relativos a la competencia en comunicación audiovisual, junto a los programas de las asignaturas y manuales más utilizados para identificar qué dimensiones de la competencia en comunicación audiovisual se contemplan o no.

Finalmente, los *padres y madres, la familia riojana*, son un componente clave en la cadena de responsabilidades, en relación con su conciencia acerca del papel activo en cuanto a la competencia en comunicación audiovisual de sus hijos e hijas; si saben qué pueden hacer o que tendrían que hacer; si conocen los recursos de los que disponen; si actúan con responsabilidad.

El análisis del grado de competencia mediática en la ciudadanía riojana, realizado junto a investigaciones similares en otras Comunidades Autónomas, nos ha permitido determinar sus carencias en este ámbito. Reconociendo dichas debilidades es más fácil establecer las fortalezas y plantear propuestas de mejora. En este sentido puede argumentarse la necesidad de una evaluación periódica del grado de competencia audiovisual de la ciudadanía, de manera semejante a como se realizan otras evaluaciones –PISA, u otras de carácter local– como acicate para potenciar la educación en comunicación audiovisual en la enseñanza obligatoria, e ir replanteando su incorporación curricular; sin que se deje de lado su atención también en la vertiente de la educación no formal.

### Divulgación de los resultados

La investigación se ha publicado por Ferrés, J. y Santibáñez, J. (2011): *Competencia mediática investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en la Comunidad Autónoma de La*

## Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación

I Seminario internacional REUNI+D  
Barcelona, 11 de octubre, 2013

*Rioja.* Editorial: GRUPO COMUNICAR EDICIONES <http://issuu.com/grupo-comunicar/docs/competencia-larioja?e=3116392/2653644> Universidad de La Rioja. Instituto de Ciencia e Innovación. MEC: Proyectos I+D Coordinados. Edu 201021395-C03-01. U. Pompeu i Fabra. Edu 201021395-C03-02 U. Valladolid. Edu 201021395-C03-03 U. Huelva. Unión Europea FEDER.

Esta investigación ha sido citada en otros trabajos de investigación, congresos científicos, portales de investigación, revistas especializadas y universidades.

*Comunicar distribuye en España:* Centro Andaluz del Libro (Andalucía), Almarino Libros (Madrid y centro), Distribuciones Lemus (Canarias), Grialibros (Galicia), Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia), Asturlibros Distribuciones (Asturias) y Asociación de editores de Andalucía.

*Distribuye en Europa y América:* ILCE (México DF-México y América Central), Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina), Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay), Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela), Publiciencias Distribuciones (Pasto-Colombia), E- papers Editora (Brasil) y Minerva Distribuciones (Coimbra-Portugal)

Los trabajos publicados en «COMUNICAR» acogen aportaciones variadas de expertos e investigadores de todo el mundo, velándose rigurosamente en evitar la endogamia editorial, especialmente de aquéllos que son miembros de la organización y de sus Consejos.

Las «Ediciones digitales» es una colección que está formada por CD con los textos íntegros de los títulos que se recogen en esta sección. Van en formato PDF y algunos en HTML, facilitando de esta manera la navegación y el acceso a toda la documentación de las publicaciones (<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=otraspub>) y <http://issuu.com/grupo-comunicar/docs/competencia-larioja?mode=embed>

Desde la página <http://www.grupocomunicar.com/>

Se accede a <http://www.grupocomunicar.com/index.php?contenido=publicaciones> <http://issuu.com/grupo-comunicar/docs/competencia-larioja?e=3116392/2653644>

Desde <http://www.grupocomunicar.com/index.php?contenido=enlaces>

<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/enlaces> enlace con <http://www.grupocomunicar.com/>

<http://www.terra.es/portada/> , <http://www.airecomun.com/> , [http://mitjans.pangea.org/tiki-view\\_articles.php](http://mitjans.pangea.org/tiki-view_articles.php), <http://www.aulamedia.org/>, <http://www.spectus.net/>, <http://www.dracmagic.cat/>, <http://splash.amarc.org/>, <http://www.grupembolic.com/>,

Enlaces internacionales desde <http://www.grupocomunicar.com/> :

<http://www.reseau-crem.qc.ca/>, <http://www.medialit.org/>, <http://www.reseau-medias.ca/> ,

<http://users.aber.ac.uk/dgc/media/index.html>, <http://users.aber.ac.uk/dgc/media/index.html> ,

Enlaces a portales: <http://www.quadernsdigitals.net/>, <http://www.liceus.com/cgi-bin/index.html>, <http://www.educaweb.com/>,

Enlaces a revistas: <http://edutec.rediris.es/>,

Enlaces a medios de comunicación: <http://www.nci.tv/>, <http://www.agendadelacomunicacion.com/>

## Observaciones

La originalidad de la investigación, la escasez de antecedentes teóricos, la progresiva implicación de Universidades e instituciones hasta completar todas las Comunidades Autónomas de España en el equipo de investigación explican que este estudio haya tenido una larga gestación (2006-2010) que culmina con la puesta en marcha de un Proyecto I+D coordinado, con tres subproyectos, que

## **Creando redes, estableciendo sinergias: la contribución de la investigación a la educación**

I Seminario internacional REUNI+D  
Barcelona, 11 de octubre, 2013

abarcaban a la totalidad del Estado Español y que supone un salto cualitativo importante en el desarrollo de este trabajo.

La investigación ha contado con ciertos obstáculos en su despliegue:

- La novedad de la iniciativa, con la consiguiente carencia de referentes. Si el concepto de competencia es nuevo en el mundo académico, mucho más nuevo es el concepto de competencia mediática. En el año 2006, cuando se inició la investigación, no había en ningún lugar del mundo modelos de definición de lo que comporta la competencia mediática
- Afinar en la definición del concepto de competencia mediática y en los indicadores en los que se tenía que expresar comportó, pues, una inversión muy fuerte en tiempo y dedicación.
- La carencia de consenso en algunas dimensiones.
- La elaboración de ejercicios visuales. No se podía cerrar el cuestionario piloto porque las pruebas que se realizaban no resultaban adecuadas. Hubo que rehacer muchas veces los ejercicios.
- La falta de financiación para realizar la investigación en La Rioja y que tuvo que ser financiada por Consejo Audiovisual de Cataluña y con la ayuda del Ministerio de Educación y Ciencia (Madrid). Esto contribuyó a retrasar los plazos de entrega y de los resultados.

Pese a todos estos contratiempos, se pudo finalizar la investigación en la Comunidad Autónoma de La Rioja.