



RELATEC  
 Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa  
 Web: <http://campusvirtual.unex.es/revistas>

Vol 11(2) (2012) 39-53

## Evaluación de competencia mediática según género y nivel de estudios

### Media competence evaluation depending on gender and educational qualifications

Josefina Santibáñez Velilla<sup>1</sup>, Paula Renés Arellano<sup>2</sup> y Antonia Ramírez García<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Facultad de Letras y Educación. Dpto. de Ciencias de la Educación. Universidad de La Rioja. C/ Luis de Ulloa s/n (Edificio Vives) 26004-Logroño (La Rioja) – España.

<sup>2</sup> Facultad de Educación. Universidad de Cantabria. Avda. de los Castros s/n 39005 - Santander – España.

<sup>3</sup> Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Córdoba. C/ San Alberto Magno s/n - 14071 - Córdoba – España.

E-mail: [josefina.santibanez@unirioja.es](mailto:josefina.santibanez@unirioja.es); [paula.renes@unican.es](mailto:paula.renes@unican.es); [ed1ragaa@uco.es](mailto:ed1ragaa@uco.es)

#### Información del artículo

Recibido 6 Junio 2012  
 Aceptado 10 Diciembre 2012

#### Palabras clave:

Evaluación de competencia mediática, cuestionario de competencia mediática, competencia audiovisual.

#### Keywords:

Media competence evaluation, media competence questionnaire, audiovisual competence.

#### Resumen

Este artículo tiene como objetivo averiguar si existen diferencias significativas en las dimensiones de competencia mediática: estética, lenguaje, ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación, y tecnología, entre los españoles en general y los riojanos en particular en función de la variable género y de la variable estratificada según nivel de estudios cursados por los encuestados. Para llevar a cabo dicho trabajo se ha elaborado y aplicado un cuestionario con fiabilidad y validez demostrada, dicho cuestionario ha sido consensuado por expertos de ámbito nacional e internacional en este campo de estudio. La muestra ha consistido en la gestión de más de 6.626 cuestionarios en el conjunto de España y de 516 cuestionarios en la Comunidad Autónoma de La Rioja. El trabajo se realizó alternando el sistema presencial y el on-line. Los resultados ponen de manifiesto que tanto en los ciudadanos de España como en los ciudadanos de la Comunidad Autónoma de La Rioja existen graves carencias respecto al grado de competencia en comunicación audiovisual, entendida como la capacidad para interpretar mensajes audiovisuales de manera reflexiva y crítica y para expresarse a través del lenguaje audiovisual con unos mínimos de corrección y de creatividad.

#### Abstract

This article aims to find out whether there are significant differences in the dimensions of media competence: aesthetics, language, ideology and values, reception and audience, production and programming, and technology, between Spanish citizens in general and Rioja citizens in particular depending on the gender variable and the stratified level of educational qualifications variable, with different values reflecting the qualifications of the citizens surveyed. In order to carry out this work a questionnaire with proven reliability and validity has been designed. Such a questionnaire has been agreed on by national and international experts on this field of study. The sample consists of more than 6626 questionnaires filled in by Spanish citizens from different regions and 516 questionnaires filled in by citizens of the La Rioja autonomous region of Spain. Both, face-to-face and online, methods have been used in this work. The results show that both the Spanish citizens and the citizens of the La Rioja autonomous region exhibit a marked lack of competence in audiovisual communication, understood as the ability to interpret audiovisual messages in a reflective and critical manner, and to express their ideas using the audiovisual language with a minimum degree of correctness and creativity.



## 1. Introducción

Esta investigación fue impulsada inicialmente por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) a través de la Universidad Pompeu Fabra coordinada por Joan Ferrés. Posteriormente, con el reconocimiento del Ministerio de Educación, la propuesta se hace extensiva a todo el territorio español. 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 coordinados (U. Pompeu Fabra, EDU 2010: 21395. C03-03. U. de Valladolid, EDU 2010: 21395. C03-01. U. de Huelva, EDU 2010: 21395. C03-02), que abarcan a la totalidad del Estado Español y que supone un salto cualitativo importante en el desarrollo de este trabajo.

Se parte del supuesto de la escasa competencia en comunicación audiovisual en un porcentaje considerable de ciudadanos y ciudadanas. Las carencias en educación mediática en el ámbito de la ciudadanía de España y de la Comunidad Autónoma de La Rioja se detectarán atendiendo al dominio de conocimientos, destrezas y actitudes relacionados de acuerdo con Joan Ferrés (2006) en seis dimensiones básicas (estética, lenguaje, ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación, y tecnología) de las que se ofrecen los indicadores principales. Estos indicadores tienen que ver con el ámbito de participación como personas que reciben mensajes e interactúan con ellos (ámbito del análisis) y como personas que producen mensajes (ámbito de la expresión). La investigación que se refleja en este trabajo ha contado, entre otros, con diferentes obstáculos. En primer lugar, la novedad, con la consiguiente carencia de referentes de investigaciones realizadas. 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. Posteriormente se han llevado a cabo algunos estudios, como los que ha propiciado la Comisión Europea ([http://ec.europa.eu/culture/media/media-literacy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/media-literacy/index_en.htm)). En segundo lugar, la dificultad de unanimidad en el acuerdo de los expertos para algunas dimensiones, con un equipo tan numeroso. En tercer lugar, llegar al asentimiento consensuando del equipo de investigación de los criterios y las herramientas de evaluación de la competencia mediática. Y, por último, las dificultades económicas en algunas autonomías para encontrar financiación.

La necesidad de relacionar la educación con los medios de comunicación parte de la UNESCO que denominó a este ámbito de conocimiento «Media education». La UNESCO en la Declaración de Grünwald en el año 1982 recomienda que los sistemas políticos y educacionales promuevan la integración en los sistemas de educación de la alfabetización mediática. La *American Library Association* (AIA) definió en 1989 la «alfabetización en información» como la capacidad de reconocer cuándo se necesita información, cómo localizarla, de qué modo evaluarla y cuándo y cómo utilizarla. Así como conocer los problemas económicos, legales y sociales del uso de la información en un ambiente tecnológico. En la Conferencia Mundial de Jomtien (1990) se definen los contenidos básicos de aprendizaje para superar las desigualdades. El Informe Delors en 1996 establece los principios precursores de las competencias básicas de una educación permanente: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser. La Agenda París de la UNESCO en 2007 sugiere el desarrollo de programas de educación mediática en todos los niveles y la formación de los profesores. En España, desde los años 80 hasta la Ley General de la Comunicación Audiovisual (BOE 7/2010 de 31 de marzo) se han desarrollado algunas investigaciones significativas como las siguientes:

- La Fundación Infancia y Aprendizaje en 2002 dentro de la línea de investigación «*El Proyecto Pígalión*»
- «*Libro Blanco. La educación en el entorno audiovisual*», publicado, en el año 2003, por el Consejo Audiovisual de Cataluña.

- La iniciativa de la Universidad Pompeu Fabra en colaboración con el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), en 2005 para definir y consensuar el concepto de competencia en comunicación audiovisual. A partir de la experiencia de un equipo de investigadores se llega al consenso de un documento sobre «*Competencias en comunicación audiovisual*» (Ferrés, 2006).
- El Congreso Hispanoluso con el título: «*La televisión que queremos. Hacia una televisión de calidad*». Tal evento congregó a más de 400 profesionales e investigadores de Europa y América (Aguaded, 2005: 17-18).
- El Gabinete de Comunicación y Educación de la UAB con la publicación del Libro Blanco de la Televisión Educativa y Cultural y la investigación Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels (2009) dirigida por José Manuel Pérez Tornero para la Comisión Europea.
- La revista *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, publicó en el año 2009 su número 32, con el aval de la ONU, UNESCO y UNIÓN EUROPEA y carácter monográfico: «*Políticas de Educación en medios: aportaciones y desafíos mundiales*»
- El Consejo Europeo de Lisboa (2000) recomienda a los Estados miembros que definan las destrezas básicas para un aprendizaje a lo largo de la vida. Estas destrezas básicas fueron definidas en el Consejo Europeo de Barcelona de febrero de 2002. En este mismo Consejo se estableció un programa de trabajo con el fin de conseguir unos objetivos comunes en el año 2010.
- En el año 2006 se define el concepto de competencia clave (Ferrés, 2006) «*como un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todas las personas necesitan adquirir en el proceso de enseñanza obligatoria para su realización y desarrollo personal, inclusión en la sociedad y acceso al empleo. Deben ser transferibles y, por tanto, aplicables en determinados contextos y situaciones*».

Existe una estrecha relación entre la alfabetización tecnológica y la alfabetización en información, ya que en la actualidad se ofrece a la ciudadanía la información a través de una compleja red tecnológica. Para alcanzar una alfabetización en información se precisa el dominio de habilidades y destrezas tecnológicas. La alfabetización mediática supone la capacidad para acceder, analizar y evaluar el poder de las imágenes, los sonidos y los mensajes recibidos desde nuestra cultura contemporánea, así como la capacidad de comunicarse personal y socialmente a través de los medios audiovisuales e informáticos.

Una vez expuestos los fundamentos y los propósitos más relevantes relacionados con la presente investigación, se formulan a continuación los siguientes objetivos:

- a) Averiguar si existen diferencias significativas en el grado de competencia mediática en cuanto al género de las personas encuestadas entre las muestras seleccionadas en el ámbito de España y en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- b) Identificar si existen diferencias significativas en el grado de competencia mediática en cuanto al nivel de estudios que poseen las personas encuestadas entre las muestras seleccionadas en el ámbito de España y en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

## 2. Material y métodos

### 2.1. Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, se ha recurrido a un cuestionario (Ferrés y Santibáñez, 2011) con preguntas de formulación cerrada, respuestas escaladas y preguntas abiertas. La encuesta, como instrumento de investigación, es capaz de dar respuesta a los objetivos que se han formulado, tanto en términos descriptivos y cuantitativos, como de la relación y diferencias entre las variables, ya que la finalidad última es describir las condiciones de una realidad, identificar normas y patrones de condiciones y acciones y determinar relaciones entre acontecimientos (Buendía, 1997). El diseño de la investigación proporciona una extensiva descripción de las características objeto de estudio y una comparación de los grupos de nivel de estudios y género en el ámbito del Estado Español y de la Comunidad autónoma de La Rioja.

## 2.2. Muestra

La muestra ha consistido en la gestión de más de 6.626 cuestionarios en el conjunto de España y de 516 cuestionarios en el territorio de la Comunidad Autónoma de La Rioja. A nivel de propuesta extensiva a toda España en la Comunidad Autónoma de La Rioja, como en aquellas comunidades autónomas de las que se querían conseguir datos particulares significativos y extrapolables, se obtienen datos de una muestra estratificada por cuotas proporcionales en la variable género y en la variable en base a cuatro criterios de nivel de estudios: sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios y estudios superiores. El resultado del trabajo de campo nos ha permitido mantener la muestra representativa prevista. En la tabla 1 se exponen los datos identificativos de la muestra en la variable género y nivel de estudios de los encuestados en España y en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Tabla 1. Datos de la muestra en la variable género y nivel de estudios de los encuestados en España y en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés *et al.* (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011).

		Porcentajes	Frecuencias	
Género	España	Hombre	45,40	3011
		Mujer	54,50	3608
	La Rioja	Hombre	45,90	237
		Mujer	54,10	279
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	3,10	206
		Estudios Primarios	26,20	1733
		Estudios Secundarios	41,90	2778
		Estudios Universitarios	28,70	1900
	La Rioja	Sin estudios	1,90	10
		Estudios Primarios	28,50	147
		Estudios Secundarios	39,70	205
		Estudios Universitarios	29,80	154

## 2.3. Variables

Parece lógico suponer que las diferencias con respecto nivel de estudios pueden ser a priori un factor a considerar, ya que a un nivel más alto de educación formal le pueda corresponder más probabilidades de adoptar una actitud más madura y crítica ante los medios. Por otra parte, las diferencias de actitud y de sensibilidad de la pertenencia a un género ¿pueden influir en diferencias de posturas críticas y reflexivas ante las pantallas y en consecuencia en un grado mayor o menor de competencias ante ellas?

De acuerdo con las hipótesis anteriores se analizaron dos tipos de variables tanto en la muestra de España como en la muestra de la Comunidad Autónoma de La Rioja, unas independientes relacionadas con la variable género y la variable estratificada del nivel de estudios cursados por los entrevistados (sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios y estudios universitarios). Por otra parte, se estudian otras variables dependientes relacionadas con los resultados obtenidos en porcentajes de entrevistados y entrevistadas que alcanzan la puntuación media o superan dicha puntuación, así como los estadísticos diferenciales según el género y el nivel de estudios de los encuestados en cada una de las siguientes dimensiones de la competencia mediática: estética, lenguaje, ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación, y tecnología:

1. Dimensión «Estética» se evalúa la capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales por los encuestados, desde el punto de vista de la innovación formal, la temática y la educa-

ción del sentido estético, así como la relación que puedan establecer con otras formas de manifestación mediática y artística.

2. Dimensión «Lenguaje». Se abarca el conocimiento de los códigos que hacen posible el lenguaje audiovisual, así como la capacidad de utilizarlos para comunicarse de manera sencilla y efectiva. Del mismo modo, hace referencia a la capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la de la significación de las estructuras narrativas, de las categorías y de los géneros.
3. Dimensión «Ideología y valores». Se evalúa la capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales que, como representaciones de la realidad, son portadores de ideología y valores; así como el análisis crítico de dichos mensajes, entendidos como expresión y soporte de los intereses, las contradicciones y los valores de la sociedad.
4. Dimensión «Recepción y audiencias». Se evalúan los conocimientos de las personas encuestadas sobre el proceso de recepción de mensajes audiovisuales, el reconocimiento como audiencia activa capaz de ejercer sus derechos y deberes y sobre los procedimientos que utilizan los profesionales de la comunicación a la hora de medir las audiencias.
5. Dimensión «Producción y programación». Se pretende evaluar el grado de conocimiento sobre las rutinas productivas y la organización y funcionamiento de los entes emisores de mensajes audiovisuales (Aguaded *et al.*, 2011). Por supuesto y de acuerdo con Ferrés (2007) requiere el conocimiento de las funciones y tareas asignadas a los principales agentes de producción y las fases en las que se descomponen los procesos de producción y programación de los distintos tipos de productos audiovisuales. Desde el ámbito de expresión se requiere la capacidad de elaborar mensajes audiovisuales y conocimiento de su transcendencia e implicaciones en los nuevos entornos de comunicación.
6. Dimensión «Tecnología». Hace referencia a los conocimientos que tienen las personas sobre el manejo de las herramientas tecnológicas sencillas involucradas en la comunicación audiovisual.

#### 2.4. El instrumento: cuestionario original

Para la validación del cuestionario se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos en las pruebas piloto de control y los comentarios de los investigadores y de los becarios encargados de la administración de las encuestas en las respectivas Comunidades Autónomas del Estado. El profesor Francesc Martínez, del ICE (Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Barcelona), experto en metodología cuantitativa, revisó desde un primer momento los cuestionarios y a posteriori los sometió a validación a partir de los resultados obtenidos en las pruebas piloto. El estudio de fiabilidad, con un valor alfa de Cronbach de 0,77 en la versión definitiva de la prueba de conocimientos del cuestionario, ofreció unos resultados lo suficientemente positivos respecto al conjunto del cuestionario, pero con problemas respecto a las diversas dimensiones en torno a las que está estructurada la competencia mediática. Se consideró que esta disparidad en la comunicación audiovisual no difiere de la que pudiera haber en la comunicación verbal, en la que, por ejemplo, la competencia en ortografía tiene poco que ver con la competencia en sintaxis o en interpretación del texto.

#### 2.5. Procedimiento

En el año 2006, cuando se inició el proceso de investigación, fue preciso definir en qué consistía la competencia mediática. Una vez definida (Ferrés, 2006) con la implicación de investigadores en comunicación y educación de 17 universidades, correspondientes a cada una de las Comunidades Autónomas del España, entre las que se encuentra La Universidad de La Rioja, se diseñó y validó conjuntamente un

cuestionario original para medir el grado de competencia mediática, inexistente hasta el momento en la literatura científica. Finalmente, se procedió a realizar el trabajo de campo, administrando el nuevo cuestionario, procesando y analizando los resultados obtenidos.

Esta investigación de la evaluación de la competencia mediática se lleva a cabo mediante un cuestionario diseñado para su aplicación a una muestra de 6.626 personas de todo el Estado Español. Para obtener resultados estadísticamente fiables de las comunidades autónomas y poder explotarlos en una publicación específica como fue el caso de Cataluña, Andalucía, Aragón, Cantabria, Canarias, Castilla-La Mancha y País Vasco y La Rioja se establecieron muestras representativas de la población. Esto comportaba, según los casos, hacer un mínimo de 400, 500 ó 600 cuestionarios. Teniendo en cuenta que 600 cuestionarios era lo que, de cara a la muestra general, hacía falta en las Comunidades con un índice de población más alto (Andalucía, Cataluña y Madrid), se decidió ponderar los resultados de las Comunidades que habían realizado un número de cuestionarios superior al que les correspondía. En el caso de la Comunidad Autónoma de La Rioja se aplicaron 516 cuestionarios.

El trabajo se realizó alternando el sistema presencial y el on-line. Hubo tres encuentros presenciales, el primero en Madrid y dos posteriores en Barcelona. En todo momento se mantuvieron contactos vía e-mail, estableciendo debates, presentando y discutiendo propuestas, cuestionando algunas formulaciones, sugiriendo soluciones a los problemas, entre otras actividades. Se contó con el apoyo del profesor Francesc Martínez, del ICE (Instituto de Ciencias de la Educación) de la Universidad de Barcelona, que intervino como experto en metodología, para el asesoramiento en temas estadísticos. Las pruebas piloto se realizaron en varias Autonomías entre las que se encuentra la Comunidad autónoma de La Rioja. Las comunidades autónomas que decidieron participar tuvieron que administrar un mínimo de 10 encuestas (11 en la Comunidad autónoma de La Rioja), con el compromiso de que hubiera al menos una persona representando a cada una de las variables que se iban a contemplar en la muestra. En cuanto al idioma, los cuadernos de evaluación de las pruebas piloto se imprimieron solo en castellano por motivos operativos y de carácter económico. Para la prueba definitiva, se imprimieron ejemplares en tres de los idiomas: en castellano, en catalán y en euskera. Para unificar los criterios de valoración de los resultados, se creó en Cataluña un único equipo de becarios, que después someterse a un entrenamiento previo, realizó el vaciado de todos los cuestionarios del Estado Español. El problema de la corrección de las encuestas contestadas en euskera se resolvió con la incorporación al equipo de becarios de Cataluña una persona euskaldún parlante, con estudios de licenciatura en Comunicación Audiovisual.

### 3. Resultados

#### 3.1. Resultados dimensión «Estética»

Para evaluar la capacidad estética de los sujetos, se les presentaban dos anuncios publicitarios y se les pedía que eligieran uno desde el punto de vista artístico y después se les solicitaba que indicaran el mayor número de razones para justificar su voto. La intención era evaluar la solidez de los argumentos de las respuestas del encuestado para defender y justificar, con criterios estéticos y artísticos, su elección. A continuación se exponen las puntuaciones medias y desviaciones típicas halladas en las muestras de España y de la Comunidad Autónoma de La Rioja y el porcentaje de encuestados que alcanzan o superan la puntuación media en la dimensión estética en ambas muestras.

Tabla 2. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Estética»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	2,46	1,81
Desviación típica (DT)	3,32	2,53
N (Sujetos)	6624	516

Tabla 3. Porcentaje de entrevistados que alcanzan la puntuación media o la superan en la dimensión «Estética». Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011).

		Estética: preguntas 6a y 6b (máximo 15)	
Género	España	Hombre	8,9
		Mujer	10,5
	La Rioja	Hombre	5,5
		Mujer	5,4
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	1,4
		Estudios Primarios	2,7
		Estudios Secundarios	10,3
		Estudios Universitarios	15,8
	La Rioja	Sin estudios	0
		Estudios Primarios	0,7
		Estudios Secundarios	6,3
		Estudios Universitarios	9,1

### 3.2. Resultados dimensión «Lenguaje»

En la dimensión lenguaje se intenta que la persona encuestada explique un anuncio con sus propias palabras, que asocie un estado emocional con una imagen y que ordene un conjunto de imágenes que expliquen una historia de manera coherente. Las preguntas están concebidas de tal manera que permiten extraer informaciones sobre la sensibilidad y los conocimientos de las personas encuestadas en torno a la dimensión del lenguaje y a la dimensión de la ideología y los valores. Se exponen las puntuaciones medias y desviaciones típicas halladas en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja y en la Tabla 3. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión Lenguaje alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja.

Tabla 4. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Lenguaje»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	1,86	1,41
Desviación típica (DT)	2,52	1,97
N (Sujetos)	6616	516

Tabla 5. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión «Lenguaje» alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011)

		Lenguaje: preguntas 7, 9 y 10 (máximo 10)	Lenguaje: preguntas 13 a/b (máximo 5)
Género	España	Hombre	5,5
		Mujer	7,4
	La Rioja	Hombre	3
		Mujer	1,4
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	1,9
		Estudios Primarios	2,6

		Lenguaje: preguntas 7, 9 y 10 (máximo 10)	Lenguaje: preguntas 13 a/b (máximo 5)
La Rioja	Estudios Secundarios	6,7	14,1
	Estudios Universitarios	10,7	22,7
	Sin estudios	0	10
	Estudios Primarios	1,4	4,8
	Estudios Secundarios	2	16,1
	Estudios Universitarios	3,2	22,7

### 3.3. Resultados dimensión «Ideología y valores»

Las preguntas 7, 9 y 10 se han utilizado también para extraer informaciones tanto de la dimensión del lenguaje como de la dimensión de ideología y los valores. Se pedía: «Explique qué le sugiere el anuncio 'Corolla'». A continuación se preguntaba: «Si el anuncio de 'Corolla' no utiliza argumentos, ¿cómo consigue convertir el coche en algo atractivo?». Y se decía: «Explique brevemente al autor su opinión sobre el anuncio». Consideramos que si una persona tiene una actitud reflexiva y crítica ante de los mensajes mediáticos aprovechará este tipo de preguntas para ponerlo de manifiesto. Otro enunciado era: «Cuando puedo ver la realidad porque las noticias van acompañadas de imágenes, no corro tanto de riesgo de ser manipulado». Las opciones son: de acuerdo, en desacuerdo o no lo sé. Con esta pregunta se pretende verificar la hipótesis según la cual se tiende a otorgar a la vista un plus de credibilidad. Se trata de una creencia popular que viene confirmada por la expresión «lo he visto con mis propios ojos», expresión que se suele utilizar como garantía de credibilidad. La pregunta siguiente tiene este enunciado: «Si compro un producto porque me ha convencido el argumento de un anuncio, no me estoy moviendo por emociones». Las opciones son: de acuerdo, en desacuerdo y no lo sé. Con esta pregunta se pretende extraer información sobre el grado de conocimiento en torno al peso de las emociones en las decisiones, incluidas supuestamente racionales.

Tabla 6. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Ideología y valores»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	4,97	5,24
Desviación típica (DT)	4,24	4,17
N (Sujetos)	6614	516

Tabla 7. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión «Ideología y Valores» alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011).

		Ideología y valores: preguntas 7, 9 y 10 (máximo 10)	Ideología y valores: pregunta 22 (máximo 2,5)	Ideología y valores: pregunta 25 (máximo 2,5)
Género	España	Hombre	5,5	49,2
		Mujer	7,4	47,8
	La Rioja	Hombre	5,9	42,6
		Mujer	6,1	45,5

		Ideología y valores: preguntas 7, 9 y 10 (máximo 10)	Ideología y valores: pregunta 22 (máximo 2,5)	Ideología y valores: pregunta 25 (máximo 2,5)	
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	0,9	23,4	31,7
		Estudios Primarios	1,6	31,2	38,1
		Estudios Secundarios	6,5	48,9	53,1
		Estudios Universitarios	11,3	64,2	66,6
	La Rioja	Sin estudios	0	20	10
		Estudios Primarios	1,4	32,7	27,9
		Estudios Secundarios	7,3	50,2	56,1
		Estudios Universitarios	9,1	48,7	60,4

### 3.4. Resultados en la dimensión «Recepción y audiencia»

Se hace esta pregunta: «En cuanto al anuncio de 'Corolla', ¿podría influenciarle haciendo que comprara el producto, si pudiera comprarlo?». Y a continuación: «¿Puede influir en otras personas?». Se sigue preguntando por la influencia del spot de 'Corolla', pero en este caso incidiendo en la problemática de la interacción entre la emotividad y la racionalidad. Se pregunta: «Si les influye, ¿por qué los influye?» Y se dan cuatro opciones: por los argumentos, por las emociones, por los argumentos y las emociones y no sé. También se hace referencia a un contenido tecnológico, pero vinculado a la recepción y audiencia. Se pregunta qué tipo de aparato es un audímetro. Las opciones son: «No lo sé» o bien «Es un aparato que...». La pregunta siguiente tiene una cierta complejidad. En un primer momento se dice esto: «Hay instituciones a las que me puedo quejar si me parece que un programa de televisión es inconveniente». Las opciones de respuesta son: de acuerdo, en desacuerdo y no lo sé. A continuación está la pregunta en la que se dice: «Si la respuesta ha sido De acuerdo, indique cuál o cuáles. Y se deja un espacio en blanco para que se pueda contestar. Finalmente, se pregunta: « ¿Me he dirigido alguna vez a ellas para quejarme?». Y las opciones de respuesta son: sí o todavía no. Se eligió esta última formulación para facilitar la sinceridad de las personas encuestadas en el supuesto de que tuvieran que dar una respuesta negativa. El objetivo de estas preguntas es, por una parte, saber si conocen el hecho que existen instituciones sociales a las que se pueden dirigir las quejas de los ciudadanos y ciudadanas en relación con los medios de masas (tanto la radio como la televisión). Y también saber si han ejercido alguna vez este derecho.

Tabla 8. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Recepción y audiencia»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	4,21	4,15
Desviación típica (DT)	3,26	3,31
N (Sujetos)	6623	516

Tabla 9. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión «Recepción y audiencia» alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011).

			Recepción y audiencia: preguntas 8 (máximo 4)	Recepción y audiencia: pregunta 26 (máximo 5)	Recepción y audiencia: pregunta 12 (máximo 4)
Género	España	Hombre	47,1	26,7	24
		Mujer	47,3	24,3	20,7
	La Rioja	Hombre	34,6	27	26,2
		Mujer	33	33	26,2
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	29,7	15,7	9,8
		Estudios Primarios	33,7	19,5	14,9
		Estudios Secundarios	49,1	26,1	25,2
		Estudios Universitarios	57,3	37,5	29,5
	La Rioja	Sin estudios	0	10	0
		Estudios Primarios	24,5	15	15
		Estudios Secundarios	35,6	26,8	27,8
		Estudios Universitarios	42,2	49,4	36,4

### 3.5. Resultados en la dimensión «Producción y programación»

Se plantea la pregunta «qué es una licencia de libre distribución o software libre» y se dan varias opciones: Un grupo de comunicación de un país de régimen comunista, un programa de aplicación gratuita. Un programa de entretenimiento que permite jugar en red y descargarse libremente música, cine y vídeo, o Un programa que permite publicar y descargar gratuitamente programas y contenidos, respetando la autoría. El enunciado de la siguiente pregunta dice exactamente así: «A la izquierda hay nombres de profesiones vinculadas a la comunicación audiovisual, con un número. A la derecha, definiciones con las tareas que corresponden a algunas de estas profesiones. Lea atentamente e indique en la segunda columna de la derecha el número de la profesión a la cual corresponde cada definición. Quedará alguna definición sin profesión». A continuación otra pregunta textualmente dice: «Imagine que se quiere presentar a un concurso de vídeo en el que ha de explicar una historia con personajes. ¿Qué pasos deberá seguir para realizar el producto?». Con esta pregunta se pretende detectar los conocimientos de las personas encuestadas en relación con el proceso de elaboración de un producto audiovisual. La formulación de la pregunta siguiente era esta: «Marque con una o con dos cruces, según los casos, si cada una de las afirmaciones siguientes es válida para las televisiones públicas, para las privadas o para ambas». Las cuestiones en torno a las que había que opinar eran las siguientes: tienen que cumplir una función de servicio público, la financiación proviene de la publicidad, los directivos están nombrados por los estamentos políticos, la financiación proviene del presupuesto público.

Tabla 10. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Producción y programación»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	3,39	3,21
Desviación típica (DT)	2,61	2,55
N (Sujetos)	6613	516

Tabla 11. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión «Producción y programación» alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibáñez (2011)

			Producción y programación: pregunta 20 (máximo 3)	Producción y programación: pregunta 16 (máximo 3)	Producción y programación: pregunta 11 (máximo 2)	Producción y programación: pregunta 18 (máximo 4)
Género	España	Hombre	80,2	28,6	32,3	24,9
		Mujer	73,5	24,5	20,5	23,2
	La Rioja	Hombre	70,9	29,1	34,2	25,7
		Mujer	66,7	20,4	21,5	20,4
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	59,8	7,2	6,7	4,8
		Estudios Primarios	66,3	12,5	16,4	11,2
		Estudios Secundarios	76	25,6	25,9	23,5
		Estudios Universitarios	87,1	40,4	35,4	37,2
	La Rioja	Sin estudios	30	0	10	0
		Estudios Primarios	50,3	15	20,4	13,6
		Estudios Secundarios	72,7	23,9	28,8	18,5
		Estudios Universitarios	16,9	35,7	33,1	39

### 3.6. Resultados en la dimensión «Tecnología»

El enunciado de esta pregunta dice así: «A la izquierda hay conceptos con un número. A la derecha, definiciones que corresponden a algunos de estos conceptos. Lea atentamente e indique en la segunda columna de la derecha el número del concepto al que corresponde cada una de las definiciones. Quedará algún concepto sin definir». Los conceptos que se deben definir son: objetivo, memoria digital, YouTube, DVD, SMS, IPOD y REC. Son todos, pues, conceptos vinculados a la tecnología, con mención especial para algunas innovaciones aportadas por las nuevas tecnologías. En la pregunta siguiente se presentan dos imágenes idénticas en cuanto a la realidad representada (un paisaje rural, desértico, con una señal de tráfico en primer término), y con variaciones formales en cuanto al tratamiento del color, de la luz, etc. Esta pregunta a su vez se desdobra en dos preguntas. El enunciado de la primera pregunta es: «¿Crees que podemos obtener la imagen n.º 2 aplicando algún tipo de tratamiento sobre la imagen n.º 1?». Y el de la segunda pregunta es: «Si la respuesta a la pregunta anterior ha sido afirmativa, qué tipo de procedimiento se ha utilizado para obtener este efecto?». La auténtica competencia en la dimensión tecnológica

se debía demostrar, no obstante, con la respuesta a la segunda pregunta. En este caso la persona encuestada debía demostrar unos conocimientos mínimos respecto a los recursos necesarios para el tratamiento digital de la imagen. También se presenta una imagen frontal de un reproductor de DVD. El enunciado de la pregunta dice: «En este reproductor hay una película en DVD cargada. Señale el botón o los botones que debería pulsar para poner en marcha el aparato y poder ver la película». Además se pregunta: «Desde un ordenador conectado a Internet se puede llamar a un teléfono fijo». Las opciones de respuesta son las siguientes: de acuerdo, en desacuerdo o no lo sé. La siguiente pregunta tiene este enunciado: «Si hago un producto audiovisual y lo cuelgo en Internet, puedo utilizar legalmente cualquier imagen o música solo si no obtengo un beneficio económico». Las opciones de respuesta son: de acuerdo, en desacuerdo y no lo sé.

Tabla 12. Media y Desviación Típica de las puntuaciones en España y La Rioja en la dimensión «Tecnología»

Estadísticos	España	Comunidad Autónoma de La Rioja
Media (M)	7,93	7,85
Desviación típica (DT)	4,02	4,11
N (Sujetos)	5823	516

Tabla 13. Porcentaje de entrevistados que en la dimensión «Tecnología» alcanzan o superan la puntuación media en las muestras de España y de la Comunidad autónoma de La Rioja. Fuente: Ferrés et al. (2011) y Ferrés y Santibañez, J. (2011)

			Tecnología: pregunta 19 (máximo 2)	Tecnología: pregunta 17 (máximo 3)	Tecnología: pregunta 15 (máximo 4)	Tecnología: pregunta 23 (máximo 3)	Tecnología: pregunta 24 (máximo 3)
Género	España	Hombre	80,1	40,5	66,3	58,1	39,2
		Mujer	76,4	40,2	63,9	54,2	36,3
	La Rioja	Hombre	73	36,3	62,9	57,4	38,4
		Mujer	67,7	43,3	56,6	50,5	39,1
Nivel de Estudios	España	Sin estudios	59,1	21,5	24,5	31,6	16,7
		Estudios Primarios	69	28,5	41	44,4	26,05
		Estudios Secundarios	79,1	41,5	69,08	56,6	38,9
		Estudios Universitarios	85,6	50,4	81,08	66,9	47,2
	La Rioja	Sin estudios	30	20	20	20	20
		Estudios Primarios	55,1	24,5	41,5	40,8	27,2
		Estudios Secundarios	75,6	46,3	67,8	58	38,5
		Estudios Universitarios	20,1	48,1	68,2	62,3	48,7

### 3.7. Discusión

Los resultados de la investigación ponen de manifiesto que tanto en la muestra de los ciudadanos de España como en la muestra de los ciudadanos de la Comunidad Autónoma de La Rioja, hay graves carencias respecto al grado de competencia en comunicación audiovisual, entendida como la capacidad

para interpretar mensajes audiovisuales de manera reflexiva y crítica y para expresarse a través del lenguaje audiovisual con unos mínimos de corrección y de creatividad. Las necesidades de formación afectan a las seis dimensiones que componen dicha competencia: estética, lenguajes, ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación, y tecnología. La dimensión tecnológica obtiene las mejores valoraciones, sobre todo, en aspectos relacionados con conceptos y manejo de la tecnología audiovisual. Llegan a conclusiones similares Aguaded y colaboradores (2011) en el informe de investigación de la competencia mediática en la ciudadanía de Andalucía, así como Gabelas (2011) en el informe de la competencia mediática en la ciudadanía de Aragón.

Con relación a los resultados de las variables estimadas en el estudio, en cuanto al género no se muestran diferencias importantes entre hombres y mujeres, salvo en algunas cuestiones tecnológicas, en las que las mujeres consiguen una puntuación sensiblemente inferior. En cuanto al nivel de estudios tampoco se marcan sensibles diferencias respecto al grado de competencia en comunicación audiovisual, ya que el grupo de las personas con estudios superiores obtiene más porcentajes superiores de la media, aunque no pueda concluirse que el hecho de tener estudios universitarios o estudios medios garantice la competencia en comunicación audiovisual tanto en España en general como en La Rioja.

De acuerdo con la recomendación del Parlamento Europeo de diciembre del 2008, en este sentido, se debe hacer hincapié en la educación mediática ordenada por el Decreto 26/2007, de 4 de mayo, por el que se establece el Currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja y en el que se hacen explícitos los objetivos siguientes: (1) Iniciarse en las tecnologías de la información y la comunicación, desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran. (2) Comunicarse a través de los medios de expresión verbal, corporal, visual, plástica, musical y matemática, desarrollando la sensibilidad estética, la creatividad y la capacidad para disfrutar de las obras y las manifestaciones artísticas.

Por otra parte, en el Artículo 5, se detallan las Competencias Básicas definidas por la Unión Europea, como elementos integrantes del currículo, las cuales son las fijadas en el anexo I del Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre. En dicho decreto se aboga por abordar la Educación en Comunicación Audiovisual (ECA) en todas las disciplinas incluidas en el currículum académico. En el Decreto 49/2008, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las escuelas infantiles y de los colegios de educación infantil y primaria, así como en el Decreto 1/2011, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento orgánico de los Centros de Educación Obligatoria en la Comunidad Autónoma de La Rioja (CAR) se desarrollan, entre otros aspectos, lo previsto en la Ley Orgánica de 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y aquello preceptuado que no haya sido derogado de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio, reguladora del Derecho a la Educación relativo a la participación, autonomía y gobierno de los centros, así como su régimen académico. En el artículo 41 se regulan las siguientes funciones del Coordinador de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), en consonancia con los criterios acordados por la Comisión de Coordinación Pedagógica:

- a) Elaborar un plan de actuación que marque los objetivos a conseguir durante el curso escolar en el ámbito de la utilización de las TIC en el Centro.
- b) Conocer el equipamiento y los recursos TIC existentes en el centro, informar de ello al profesorado y gestionar su mantenimiento en buen estado.
- c) Potenciar el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en estas enseñanzas, así como proponer la actualización de los equipos y programas que posea el centro.
- d) Coordinar la organización y potenciar la utilización de la videoteca, fonoteca, aula de recursos, aulas de nuevas tecnologías, así como de pizarras digitales y programas informáticos.
- e) Cualquier otra función que le sea atribuida por los órganos de gobierno del centro, dentro de sus competencias.

Ello exige una significativa transformación del planteamiento de los currículos educativos, en cualquier nivel y muy especialmente en Primaria y Secundaria, en consonancia con el desarrollo de la alfabetización mediática que se entiende como la capacidad de comprender y valorar críticamente los diversos aspectos de los diferentes medios de comunicación, consiguiendo filtrar adecuadamente la información recibida a través del torrente de datos y de imágenes. De ahí que la educación mediática debe formar parte de los planes de estudio en todos los niveles. Por último, la competencia emocional debe tenerse presente en el desarrollo de la competencia audiovisual. De este modo, cabría revisar los fundamentos en toda relación académica con el mundo de la imagen, un mundo que intelectuales como Sergei M. Eisenstein o Ingmar Bergman han reconocido que está profundamente vinculado con las emociones y con el inconsciente.

#### 4. Referencias

- Aguaded, J. I. (2005). Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible. *Comunicar*, 25, 51-55.
- Aguaded, J. I. (2009). La miopía en los nuevos planes de formación de maestros en España: ¿docentes analógicos o digitales?. *Comunicar*, 33; 7-8. N
- Aguaded, J.I. et al. (2011). *El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza. Informe de investigación*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones / Grupo de Investigación Ágora de la Universidad de Huelva.
- American Library Association. Presidential Committee on Information Literacy (ALA) (1989). *Final Report*. Chicago: American Library Association. Recuperado de <http://www.ala.org/acrl/nili/ilit1st.html>.
- Consejo Audiovisual de Cataluña (2003). *Libro Blanco. La educación en el entorno audiovisual*. Recuperado de <http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/publicaciones/documents/libroblanco CAC.pdf>.
- Consejo Europeo de Barcelona (2002). *Resolución del Parlamento Europeo sobre los resultados del Consejo Europeo de Barcelona de los días 15 y 16 de marzo de 2002*. Recuperado de <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P5-TA-2002-0137+0+DOC+XML+V0//ES>
- Consejo Europeo de Lisboa (2000). Conclusiones de la presidencia. Disponible en [http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1\\_es.htm](http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm)
- Declaración de Grünwaldsobre la educación relativa a los medios de comunicación. (1982). Disponible en [http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/MEDIA\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/MEDIA_S.PDF).
- Decreto 26/2007, de 4 de mayo, por el que se establece el Currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja
- Decreto 49/2008, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las escuelas infantiles y de los colegios de educación infantil y primaria, así como en el Decreto 1/2011, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento orgánico de los Centros de Educación Obligatoria en la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Decreto 1/2011, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento orgánico de los Centros de Educación Obligatoria en la Comunidad Autónoma de La Rioja
- Ferrés, J. (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25; 9-17.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29,100-107.
- Ferrés, J. et al. (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Instituto de Tecnologías Educativas.
- Ferrés, J & Santibáñez, J. (2011). *Informe de Investigación. Competencia Mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en la Comunidad Autónoma de La Rioja*. Gobierno de España. Ministerio de Ciencia e Innovación. Universidad de La Rioja. Universidad de La Rioja. Comunicar Ediciones. Huelva.
- Foro Constitutivo Internacional sobre Educación para Todos. Declaración Mundial sobre educación para todos. "Satisfacción de las necesidades básicas de aprendizaje". Recuperado de <http://www.oei.es/efa2000jomtien.htm>
- Fundación Infancia y Aprendizaje (2002). El proyecto Pigmalion. Recuperado de [http://web.me.com/culturalresearchlab/Laboratorio\\_de\\_Investigaci%C3%B3n\\_Cultural/Proyecto\\_Pigmali%C3%B3n.html](http://web.me.com/culturalresearchlab/Laboratorio_de_Investigaci%C3%B3n_Cultural/Proyecto_Pigmali%C3%B3n.html)
- Gabelas, J. A. & Lazo, C. M. (2011). *Investigación grado de competencia en comunicación audiovisual de los aragoneses*. (Dossier en prensa).
- Grupo Comunicar (Ed.) (2009). Política de educación en medios. Aportaciones y desafíos mundiales. *Comunicar*, 32.
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual». Boletín Oficial del Estado (1 de abril de 2010), págs. 30157-30209.
- Parlamento Europeo (2008). El PE sugiere introducir una asignatura de «educación mediática» en las escuelas europeas. Notas de Prensa. Disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?language=es&type=IM-PRESS&reference=20081216IPR44614>

- Parlamento Europeo (2007). Directiva «Servicios de medios audiovisuales sin frontera». Disponible en [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24101a\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101a_es.htm)
- Pérez Tornero, J.M. (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Bruselas. Comisión Europea. Disponible en [http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/Publications/Study2\\_Assessment/mlstudy2/eavi\\_study\\_on\\_assessment\\_criteria\\_for\\_media\\_literacy\\_levels\\_in\\_europe.pdf](http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/Publications/Study2_Assessment/mlstudy2/eavi_study_on_assessment_criteria_for_media_literacy_levels_in_europe.pdf)
- Pérez Tornero, J.M. (2003). *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Barcelona: Consejo del Audiovisual de Cataluña.
- Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación primaria». Boletín Oficial del Estado (8 de diciembre de 2006), págs. 43053-43102.
- UNESCO (2007). *Agenda de París or 12 Recomendaciones para la Educación en Medios*. París Disponible en <http://www.ifap.ru/pr/2007/070625ba.pdf>.
- UNESCO (2008). *Teacher Training Curriculum on Media Literacy and Communication*. París. Disponible en [http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=27508&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=27508&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

