

# Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía

Ignacio Aguaded-Gómez<sup>1,\*</sup>, M. Amor Pérez-Rodríguez<sup>2</sup>

1 Departamento de Educación, Universidad de Huelva, España {aguaded@uhu.es}

2 Departamento de Filología Española y sus Didácticas, Universidad de Huelva, España {amor@uhu.es}

Recibido el 21 Marzo de 2012; revisado el 10 Mayo 2012; aceptado el 10 Mayo 2012; publicado el 15 Julio 2012

DOI: 10.7821/naer.1.1.22-26

## RESUMEN

El consumo de medios de comunicación en la sociedad actual es una realidad innegable. En todo el mundo, en todas las capas de la sociedad, gran parte de las horas de ocio se pasan delante de la pantalla. La comunicación audiovisual es especialmente importante en el contexto de la sociedad digital (sociedad-red) en la que vivimos, en la que las tecnologías de la información y de la comunicación alcanzan hasta el último rincón de la vida diaria. Sin embargo, las personas carecen de las necesarias competencias de alfabetización mediática para hacer frente a esta presencia de los medios. Ni el sistema educativo ni las asociaciones cívicas, o los propios medios, han fomentado competencias audiovisuales que fomenten una visión de los medios con competencia crítica. El presente estudio pretende ofrecer una conceptualización actualizada de la “competencia audiovisual” en el entorno digital, y transponerla a un entorno de intervención específico, a fin de detectar necesidades y carencias, planificar estrategias globales para la Administración y crear programas de formación para los diversos sectores implicados.

**PALABRAS CLAVE:** ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS, CIUDADANÍA, EDUCACIÓN OBLIGATORIA, ENTORNO DIGITAL, PROGRAMAS DE FORMACIÓN, TIEMPO LIBRE.

## 1 INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación que aquí se presenta se encamina a introducir el contexto de “competencias audiovisuales” en la ciudadanía andaluza mediante el análisis de las principales carencias y necesidades de los ciudadanos, así como establecer un amplio programa de evaluación para llegar a iniciativas de formación y a conclusiones.

Durante las últimas décadas, el concepto de competencia en términos de comunicación audiovisual ha ido ganando relevancia científica gracias a la gran influencia de los medios de comunicación en nuestra sociedad actual, especialmente reforzada por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Ya en 1977, el escritor italiano Umberto Eco afirmaba: “la civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis”. Transcurridos treinta años, el dominio de las habilidades para codificar y decodificar mensajes audiovisuales se ha convertido en un paso fundamental en términos de alfabetización, de la misma forma que en nuestra cultura tradicional la lectura y la escritura eran pilares básicos.

En este sentido, el lenguaje de la imagen fija o en movimiento debería convertirse en una competencia básica para que los ciudadanos puedan luchar contra posibles manipulaciones. Los avances tecnológicos han alcanzado límites insospechados en lo que respecta a la difusión de imágenes, y en lo relativo a los intereses de la audiencia. Sin embargo, no se han desarrollado al mismo ritmo los esfuerzos para articular una formación en el espíritu crítico.

En general, no se ha analizado con demasiada frecuencia el concepto de competencia audiovisual. Son escasos los estudios que analizan el grado de conocimiento y comprensión de los elementos de los medios audiovisuales, especialmente entre los grupos más vulnerables de la sociedad, como los niños y los adolescentes. Paralelamente a la ola de transformaciones de la que somos testigos, las herramientas de comunicación para niños y adolescentes son actualmente aún más complejas, y se manifiestan en formatos diferentes que se actualizan continuamente. Por ello, a fin de crear programas de ocio constructivo que fomenten la comprensión lectora y de los medios, sería necesario determinar el nivel real de competencia, analizando científicamente tanto el contexto como el propio tema en cuestión. Como afirmaba Prensky en 2001, tras introducir el concepto de “nativo digital”. “los jóvenes interactúan con los medios con un bajo nivel de preparación, o sencillamente desprovistos del conocimiento necesario del poder audiovisual” (la traducción es nuestra). Esta afirmación la ha corroborado el propio Prensky en su informe “El uso de los medios por parte de los adolescentes. Informe Nielsen sobre los mitos y realidades de las tendencias mediáticas de los adolescente” (How teens use media. A Nielsen Report on the myths and realities of teen media trends, 2009). Sin duda alguna, la ciudadanía está experimentando la evolución hacia el digitalismo, pero carece de los conocimientos necesarios para dicha evolución.

El objetivo principal del presente estudio sería poner de relieve la urgencia de evaluar las competencias relativas a la comunicación audiovisual, puesto que es frecuente que no se impartan de forma sistemática, y por tanto, no se evalúen de forma que se observen las principales carencias y necesidades. Por otra parte, es improbable que tenga éxito un sistema eficiente de evaluación si no existe una definición precisa de los conocimientos, las competencias y actitudes necesarios para alcanzar competencia en el ámbito audiovisual.

## 2 ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN EN LA LITERATURA

Según reza la Declaración de Grunwald (1982), emitida por la UNESCO hace ya más de 25 años, “los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación.” Aquel documento subrayaba la necesidad de reajustar las prioridades educativas, para fomentar la creación de una conciencia más crítica entre las audiencias. Actualmente, a pesar de la influencia omnipresente de los medios y las tecnologías, tal “reajuste de las prioridades educativas” sigue siendo necesario, y debería ser, según afirma la Unión Europea en sus últimas Recomendaciones de la Comisión sobre “Alfabetización mediática en el entorno digital”, el eje conductor de cualquier reforma educativa. La necesidad de modificar los sistemas educativos suele identificarse como consecuencia de los cambios o prioridades sociales; en este sentido, deberían modificarse también las prioridades educativas.

Aunque los organismos internacionales aportan un cierto apoyo, la Educación en Comunicación Audiovisual sigue siendo un campo sin explorar en gran parte del mundo, con la excepción de países como Australia o Canadá; especialmente digna de mención es la falta de definición precisa y consensuada sobre lo que significa ser competente en esta área. En consecuencia, no hay planes de actuación específicos que permitan a la ciudadanía desarrollar interacciones comunicativas apropiadas con los medios en los centros educativos y, en general, en los contextos sociales o mediáticos. En concreto, en España existen experiencias valiosas sobre educación en comunicación audiovisual, y hay muchos grupos de investigación que llevan dos décadas trabajando en este campo. Sin embargo, una vez analizada la relevancia real de estos trabajos, podemos confirmar que estas experiencias no son significativas ni representativas en la sociedad. Concretamente, en lo que respecta a conceptualización de competencias, no hay muchos intentos explícitos ni implícitos de definir las competencias o destrezas en competencia audiovisual.

Por otro lado, la globalización también está influyendo de forma significativa sobre este fenómeno. Los organismos internacionales, como la Comisión Europea, el Consejo de Europa o las Naciones Unidas (Alianza de Civilizaciones) están subrayando cada vez más la urgencia de que haya un avance global, coherente y sostenible en formación para los medios. Muchos de estos organismos ya han diseñado instrumentos de actuación consensuados. Abundantes ejemplos de estas audaces iniciativas los encontramos entre los siguientes: el “kit para Educación en los Medios” o el “Currículo para formación de formadores en alfabetización comunicativa y medios” de la UNESCO; la Carta Europea para la Alfabetización en Medios; y el apoyo recibido de la Alianza de Civilizaciones para Educación para los Medios, mediante la organización de conferencias y publicaciones. Todas estas iniciativas se centran en un marco internacional de “sociedades del conocimiento”. He aquí algunos ejemplos: la Declaración de Grunwald (1982), la Proclamación de Alejandría acerca de la alfabetización informacional y el aprendizaje de por vida (2005), la Agenda de París para la Educación en Medios (2007), la Conferencia de Oriente Medio sobre Educación en Medios de Arabia Saudí (2007), el Foro Internacional sobre Investigación en Medios (Londres; Hong Kong, 2008), la Conferencia sobre Investigación en Medios celebrada en Nigeria (2008), junto con las Recomendaciones del Parlamento Europeo de 2007 y la

Recomendación C (2009) 6464 de la Comisión Europea, que afirmaba que todos los estados miembro deberían aportar datos por países relativos a los niveles educativos respecto de educación para los medios de sus ciudadanos (Aguaded, 2012). Todas estas iniciativas vienen siendo oportunidades decisivas para definir el futuro, las estrategias y la investigación que deberían realizarse, compartirse, experimentarse y adoptarse para conseguir un verdadero cambio social.

### 2.1 Concepto de competencia

El concepto de competencia proviene del mundo de la empresa, pero gradualmente se ha ido introduciendo en el mundo académico, hasta el punto de que actualmente es un eje conceptual de las reformas educativas en la mayoría de países europeos, incluyendo España. El siguiente paso apropiado sería introducir el concepto de competencia en las dimensiones de la educación informal, incluyendo el ocio y tiempo libre. Según las Recomendaciones del Consejo de Europa de diciembre de 2006, el concepto de competencia se define como un conjunto de conocimientos, capacidades y actitudes necesarios en un contexto determinado. También puede definirse “competencia clave” o “competencia básica” como un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, capacidades y actitudes que necesitan todos los protagonistas de los procesos de educación obligatoria que permiten el desarrollo personal de los individuos, su inclusión en la sociedad y su acceso al mundo laboral. Dado que estas características deberían poder ser transferibles, también sería necesario aspirar a su implementación en determinados contextos y situaciones, entre ellos los entornos informales y contextos de ocio.

La idea de “competencias en comunicación” también está inmersa en el entorno digital y mediático, en las dimensiones del ocio y tiempo libre. Ello nos lleva a afirmar que el conjunto de conocimientos, competencias y actitudes es útil para alcanzar los objetivos relativos a competencias audiovisuales, y que este conjunto de capacidades debería aprenderse e implementarse con herramientas digitales. En este sentido, las personas que desarrollan estas competencias tendrían la capacidad de participar en distintas dimensiones, entre ellas la dimensión comunicativa y tecnológica. “El creciente consenso mundial sobre educación para los medios supone una transformación de las prácticas aisladas en el aula: deberían implementarse a nivel de currículo nacional. En pocas palabras, esta teoría podría resumirse en seis competencias clave para educación para los medios: comprensión, capacidad crítica, creatividad, consumo, ciudadanía y comunicación intercultural” (Frau-Miegs & Torrent, 2009; la traducción es nuestra).

La Asociación Canadiense para la Alfabetización Mediática (AML) también ha introducido algunos conceptos, de los que cabe destacar los siguientes: presentar los medios como construcciones, esto es, la idea de que las personas interpretan los mensajes de modo diferente; la transmisión de mensajes ideológicos, la existencia de distintos lenguajes, estilos, técnicas, códigos, convenciones y sus aspectos estéticos, sus implicaciones comerciales, sociales y políticas, y la estrecha relación entre forma y contenido. Así, nuestro principal objetivo sería descubrir si es posible desarrollar estas capacidades en los ciudadanos, especialmente en contextos relacionados con el ocio que afecten a los niños, los jóvenes, las amas de casa, los vecinos, los profesionales, los estudiantes universitarios y los trabajadores.

### 2.2 Situación actual del conocimiento científico

Desde la aparición de los medios en la década de 1950, cuando Vallet sugirió el concepto de “Lenguaje total”, se ha avanzado bastante en el intento de definir y desarrollar las competencias de comunicación audiovisual, mediante proyectos consistentes en la lectura de imágenes, muchos de ellos inspirados en la obra realizada por Freire y Kaplun. Actualmente el problema ha alcanzado dimensiones universales, y los agentes internacionales están invirtiendo en recursos actualizados para la educación para los medios. La Alianza de Civilizaciones (ONU) ha creado un centro de información en línea que se centra en campos fundamentales como la migración, la educación y, naturalmente, la alfabetización mediática. Esta iniciativa ofrece recursos en línea para alfabetización mediática, con el fin de poner materiales didácticos al alcance de todos. Para la UNESCO, existe una intención clara de alcanzar muchos campos: empoderar a las personas mediante la alfabetización mediática para promover la igualdad de acceso a la información y añadir valor a la sociedad basada en el conocimiento. De esta manera, las personas podrían interpretar los contenidos de los medios y formular juicios de valor sobre ellos, así como desarrollar competencias para convertirse en creadores y productores de estos medios.

Investigadores de primera línea que asistieron al Segundo Congreso Europeo sobre “Alfabetización mediática en Europa: controversias, retos y perspectivas” (Italia, 2009), como Buckingham, Tisseron, Bazalgette, Carlsson, Bevort, Verniers o Piette, coincidieron en la necesidad de que los ciudadanos tengan a su disposición competencias básicas para los medios. Según Buckingham (2007), que fue catedrático del Instituto de Educación de la Universidad de Londres, tales competencias deberían ser las siguientes: “desarrollar competencias para el uso de las tecnologías, proteger a los niños contra contenidos dañinos, promover el acceso a la tecnología para los grupos hasta ahora excluidos, luchar contra las prácticas comerciales, fomentar la participación activa de la ciudadanía y un papel activo en la sociedad civil; promover la libre creatividad y la expresión artística a través de los nuevos medios y favorecer la comunicación de las personas con la audiencia” (la traducción es nuestra).

En estos últimos años están surgiendo aproximaciones similares en España. Bajo el paraguas del Consell Audiovisual Català, y coordinados por Joan Ferrés, en 2005 un grupo de expertos españoles e iberoamericanos redactaron un documento titulado “Competencias en comunicación audiovisual”, como primera aproximación sistemática al concepto de “competencia comunicativa”, descrita como la capacidad que tiene un individuo para interpretar y analizar de modo crítico imágenes y mensajes audiovisuales, y la capacidad para expresarse correctamente en un entorno comunicativo. Esta competencia está directamente relacionada con el conocimiento de los medios y el uso básico de tecnologías multimedia necesarias para producirlos. En 2006 estas propuestas se remitieron a la Consejería de Educación y al propio Ministerio, a través del CNICE (Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa), con directrices diseñadas para actuaciones en los campos de Lengua y Literatura, Artes Plásticas y Visuales y Educación para la Ciudadanía.

Existe una consciencia internacional del hecho de que es preciso desarrollar actuaciones e investigación si deseamos tener éxito en la implantación de prácticas sostenibles de educación para la comunicación que alcancen a la mayoría de los ciudadanos, especialmente en contextos de ocio. La Comisión

Europea (UE) dirigió a los estados miembros sus últimas recomendaciones “sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente”, animándoles a persistir en criterios de evaluación de los distintos niveles de alfabetización mediática en Europa, tales como: “fomentar la investigación sistemática mediante estudios y proyectos sobre los diferentes aspectos y dimensiones de la alfabetización mediática en el entorno digital y vigilar y medir el progreso de los niveles de la misma”.

En este sentido, la alfabetización mediática está relacionada con la capacidad de acceder a la educación para los medios, para entender de forma crítica y evaluar muchos aspectos de los medios y sus contenidos, así como establecer nuevas formas de comunicación en contextos diferentes. Sin embargo, actualmente la ciudadanía no está desarrollando sus capacidades, y nadie está subrayando la necesidad de crear contenidos especiales para el tiempo libre.

### 2.3 Nuestra experiencia

Nuestro grupo de investigación lleva trabajando desde el año 2000 en el uso de las tecnologías de la comunicación en la educación a través de varios proyectos e investigaciones, sobre todo en el desarrollo de la educación para los medios en el campo de la educación no universitaria. En este sentido, se han realizado muchos proyectos europeos de investigación centrados en la educación y el tiempo libre. Estos proyectos se han llevado a cabo en colaboración con muchos centros de investigación de Italia, Bélgica, Francia o Portugal. Ejemplo de estos trabajos es “Valori Comuni”, un proyecto diseñado para analizar la dimensión intercultural y lúdica de las tiras cómicas en cuatro idiomas: italiano, francés, español e inglés. El proyecto, llamado *Glocal Youth. Text and media context of young people from the north and the south* (“Juventud Glocal. Texto y contexto mediático de la juventud del norte y el sur”), coordinado por Italia, implicó a cuatro países en la investigación de contenidos digitales de publicaciones para jóvenes en cuatro continentes (Asia, Europa, América y África). Además, en los últimos años estamos desarrollando otro proyecto relativo a “Implantación de software gratuito en centros de TIC en Andalucía: análisis del impacto de dicha implementación en el proceso de enseñanza-aprendizaje”, realizado en centros de las ocho provincias andaluzas, así como “Plataformas de E-learning para la virtualización de sujetos”.

En 2005, investigadores del Consell Audiovisual Català (CAC) solicitaron nuestra colaboración a fin de redactar un informe consensuado a nivel nacional para definir el concepto de competencia audiovisual. El resultado de este trabajo se publicó en dos revistas especializadas, *Comunicar 32* y *Quaderns del CAC*. Se redactó un documento básico que contenía la definición de “usuario competente de comunicación audiovisual”, y también se incluyeron los indicadores de evaluación. Como resultado de la obra anterior, se obtuvo un documento útil en el futuro para elaborar objetivos, procesos y contenidos en comunicación audiovisual.

En 2007 comenzó una segunda fase, en la que los trabajos recibieron el apoyo del Consell Audiovisual Català y otras entidades de todo el país, cuyo objetivo era definir el alcance de una educación preparada para formar en la adquisición de esta competencia (lengua, tecnología, procesos de producción y programación, ideología y valores, recepción, audiencia, y dimensión estética), así como determinar los indicadores

necesarios para evaluar dicha competencia. El objetivo de este segundo proceso investigador era evaluar el nivel de competencia en comunicación audiovisual de los ciudadanos en general, con vistas a certificar o implantar, si fuera necesario, la educación en comunicación audiovisual, que se había fijado por primera vez dentro de la educación obligatoria. Además, esta investigación también trataba de identificar las dimensiones más urgentes en las que era preciso insistir. Se esperaba que esta investigación fomentara el desarrollo de una política de alfabetización audiovisual, y que definiese los objetivos, contenidos y procedimientos a desarrollar en este campo. En este momento, el grupo de investigación ya trabaja en 15 de las 17 comunidades autónomas españolas. En esta fase, se utilizará un cuestionario sobre comunicación audiovisual y ciudadanía para descubrir el nivel de competencia global en comunicación audiovisual y el nivel de competencia en cada una de las dimensiones detalladas en dicho documento.

Podemos afirmar que no existen experiencias previas de evaluación de nivel de competencia en competencia audiovisual. Ello nos lleva a concluir que la presente es una investigación pionera que prepara el camino para el desarrollo de contenidos audiovisuales en competencia audiovisual en la sociedad del ocio.

### 3 OBJETIVOS

El objetivo de esta propuesta es fomentar un análisis profundo y sistemático de una realidad apenas estudiada; determinar el nivel de competencia audiovisual de los ciudadanos cuando interactúan con los medios y las tecnologías digitales; y establecer contenidos digitales y audiovisuales en la sociedad del ocio. Las razones fundamentales que justifican esta investigación son las siguientes:

- (1) Relevancia. El consumo de medios de comunicación exige el desarrollo de competencias audiovisuales para evitar las manipulaciones y el analfabetismo audiovisual.
- (2) Innovación. No hay actualmente investigación que se esté realizando en España en contextos reales.
- (3) Demanda internacional. Los organismos europeos e internacionales (UNESCO, ONU, Parlamento Europeo y Comisión Europea) están pidiendo cada vez más que se implante tanto la alfabetización mediática como sistemas específicos de evaluación de dicha alfabetización.
- (4) Necesidad de contenidos audiovisuales y digitales de calidad para fomentar la alfabetización mediática en la sociedad digital y del ocio.

La hipótesis inicial parte de la base de que el consumo de medios, así como el consumo de contenidos digitales en el hogar, en entornos sociales o en otros contextos, no garantizan una comprensión apropiada de los contenidos. Sólo es posible crear planes de actuación sistemáticos y globales que promuevan la interacción inteligente de los ciudadanos con los medios una vez se hayan analizado los distintos niveles de competencia audiovisual de los distintos sectores de la sociedad. A tal efecto, sería necesario analizar y sugerir contenidos de calidad para el ocio digital. Entre tales contenidos, por ejemplo, deberían tenerse en cuenta aquellos que fomentan la alfabetización mediática.

El consumo diario de medios de comunicación no es garantía de competencia audiovisual, pero es necesario conseguir formación crítica en alfabetización mediática y audiovisual: competencias y actitudes mínimas (no profesionales), necesarias

para realizar una buena interpretación de la avalancha de imágenes y contenidos mediáticos, telemáticos, de audio y audiovisuales que son parte fundamental de nuestra vida diaria. La creación de contenidos específicos para la sociedad digital está convirtiéndose en una urgencia social, que debería constituirse en el centro de investigaciones futuras.

### 3.1 Objetivos específicos

- Detectar las principales necesidades y carencias entre la muestra escogida de la población andaluza en términos de niveles de competencia en comunicación: tecnología, lectura crítica, y producción audiovisual.
- Redefinir los indicadores de referencia para determinar los grados de competencias en distintos sectores de la población de las diferentes zonas de Andalucía.
- Analizar los niveles y grados de competencias audiovisuales de muestras seleccionadas.
- Investigar experiencias de “buenas prácticas” en alfabetización audiovisual y contenidos de ocio digital.
- Diseñar propuestas de formación digital y audiovisual en el campo de educación para los medios para la comunicación audiovisual en la sociedad del ocio: lengua, tecnología, ideología y valores, producción y programación, recepción, audiencia, y dimensión estética.

### 4 METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

Existen muchas formas apropiadas de recoger información a fin de investigar en profundidad fenómenos sociales como los hechos educativos (Corbetta, 2003): el análisis, la observación, y las preguntas. Nos serviremos de los tres recursos en la fase inicial de nuestra investigación, antes de utilizar propuestas de formación en contenidos digitales en el marco de la sociedad del ocio.

Se utilizará como metodología básica la encuesta, puesto que nuestro objetivo principal es describir el estado actual de los niveles de competencia en comunicación audiovisual. La encuesta, como método de investigación, puede ser útil para obtener soluciones a preguntas, en términos descriptivos y en lo relativo a relaciones entre variables. Su objetivo principal sería describir las condiciones de una realidad, identificar normas y patrones, y determinar relaciones entre acontecimientos (Buendía, 1997). En este sentido, nos proponemos: (1) identificar y describir las necesidades y carencias de la población andaluza en relación a los niveles de competencias audiovisuales: tecnología, lectura crítica y producción audiovisual; 2) redefinir los indicadores de referencia para determinar los grados de competencia en comunicación entre los distintos sectores de la población de todas las provincias de Andalucía; 3) analizar los niveles y grados de competencia audiovisual de muestras seleccionadas; 4) investigar experiencias de “buenas prácticas” en alfabetización audiovisual y contenidos de ocio digital.

El uso de la encuesta como metodología básica se justifica por la necesidad de generalizar los resultados obtenidos en una muestra amplia, y también por su eficacia probada como herramienta de investigación para recoger opiniones, ideas y actitudes de la comunidad educativa.

A pesar de que el hecho de que el instrumento habitual serán los cuestionarios rellenados por el entrevistado (Cohen & Manion, 1990), nuestro trabajo se complementará mediante entrevistas personales (Rincón et al., 1995). Los cuestionarios aportan datos para el análisis cuantitativo; por su parte, las entrevistas aportan información cualitativa y refinada, para

contrastar y confirmar la información. Las entrevistas en profundidad se utilizarían para evaluar actitudes y capacidades de los ciudadanos.

También se aplicaría la técnica del grupo de discusión para recoger relevancia social y para entender el fenómeno de consumo de medios, así como para detectar las principales preocupaciones subyacentes.

#### 4.1 Población y muestra

Esta investigación abarca a un grupo de individuos de Andalucía. La muestra seleccionada incluye grupos de distintas variables por edad: niños (0-12); adolescentes (12-18); jóvenes (18-26); adultos (27-64) y tercera edad (+64). Las variables incluidas también remiten al nivel cultural (estudios universitarios), lugar de residencia ( $\pm$  30.000 habitantes), provincias andaluzas (las ocho provincias de Andalucía), género, ocupación, y tipo de filiación social en el tiempo libre (asociaciones, grupos, colectivos...).

Se realizaría la selección de la muestra según protocolos previos que definieran inicialmente muestras al azar para las primeras rondas de competencia, y posteriormente muestras intencionadas con parámetros de mejores prácticas para las entrevistas y grupos de discusión. Esta investigación no pretende exclusivamente representar la situación real de Andalucía; su objetivo principal es retratar la realidad compleja a la que nos enfrentamos, subrayar la urgencia de desarrollar nuevas estrategias formativas adaptadas a las carencias y necesidades reales en la interacción con los medios, niveles de competencia audiovisual, y responsabilidades sociales.

En consecuencia, en una muestra inicial, se seleccionarían 600 ciudadanos andaluces de acuerdo con las variables descritas más arriba, para la aplicación de la versión 1.0 del cuestionario sobre competencia audiovisual. Ésta se complementarían más tarde con una segunda muestra de 1.200 individuos, a los que se aplicaría la versión 2.0 del cuestionario con un formato digital mejorado. Posteriormente, se seleccionarían 16 grupos de discusión con un total de 80 participantes procedentes de todas las provincias de Andalucía como muestras intencionales, según protocolos de mejores prácticas, con el fin de sistematizar las carencias y estructurar propuestas de planes formativos con contenidos multimedia y digitales.

También habría 8 entrevistas en profundidad con informantes y 8 observaciones en centros de buenas prácticas sobre el desarrollo de contenidos digitales y multimedia para competencia audiovisual en entornos de tiempo libre y ocio.

#### 4.2 Plan de trabajo

La primera fase de nuestro Proyecto consistiría en el análisis de la situación nacional e internacional sobre investigación en sociedades del ocio y competencia audiovisual, así como el análisis de estudios precedentes ligados a las seis dimensiones de la competencia audiovisual. La segunda fase consistiría en la detección de necesidades y carencias entre los ciudadanos andaluces sobre el desarrollo de competencia audiovisual, mediante la aplicación de un cuestionario para evaluar el grado de competencia audiovisual preparado por el grupo nacional de investigación. Este cuestionario se aplicaría a 600 ciudadanos andaluces, sobre muestras al azar seleccionadas según distintas variables, tales como situación geográfica, nivel educativo, edad, nivel cultural... La información recogida se procesaría mediante análisis estadístico, datos cuantitativos y cualitativos. Finalmente, se sistematizarían los resultados parciales sobre grado de competencia audiovisual. La tercera fase permitiría la

redefinición y aplicación de nuevos indicadores de referencia que determinasen el grado de competencia en comunicación en sectores de la población de todas las provincias andaluzas. La cuarta fase consistiría en el análisis de las iniciativas formativas adoptadas por las entidades regionales y la sociedad civil en el campo de educación para los medios en comunicación audiovisual en la sociedad del ocio para la ciudadanía andaluza. Finalmente, el trabajo incluiría las conclusiones y perspectivas futuras del estudio.

#### 4.3 Logros esperados

Los objetivos principales de este trabajo en relación con las iniciativas de nuestra investigación serían los siguientes:

- Reforzar la alfabetización mediática e Internet como la mejor forma de conocer y analizar críticamente los contenidos, mensajes y distintos formatos de los medios, fomentando el desarrollo de estrategias y competencias audiovisuales.
- Alcanzar un efecto de amplio alcance de la educación para los medios en la sociedad, con una dimensión práctica y multidisciplinar que cubra todos los campos: la política, la literatura, la sociedad, el arte...
- Promover entre los estudiantes la producción de medios de forma que puedan convertirse en usuarios activos, en lugar de meros observadores..

En este sentido, nuestra aportación y los resultados obtenidos serían útiles para::

- (1) Diseño y evaluación de @lfamed: Observatorio Digital de Contenidos Multimedia para Alfabetización Digital, con la empresa de transferencia tecnológica Ditech.
- (2) Diseño y evaluación de "Mira", seis programas de televisión digital para analizar la lengua, la tecnología, las ideas, los valores, la programación y producción, receptores y audiencias y la dimensión estética de la imagen audiovisual, con el apoyo de la empresa Canal Luz TV.
- (3) Diseño y evaluación de "Imago", un curso en línea de alfabetización mediática en la sociedad digital, con el apoyo de la empresa ITEM Formación.

Por lo general, los resultados de esta investigación subrayan lo urgente de que existan criterios sistemáticos para determinar la necesidad de competencia audiovisual entre los ciudadanos, así como de mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje, que frecuentemente están influidos por los niveles de competencia audiovisual. Los resultados fácilmente podrían obtenerse en otras regiones, a escala europea o internacional, pues estamos atravesando un proceso de globalización al servicio de la sociedad en su totalidad. Este proyecto tiene el apoyo del Programa de Educación en Medios de la Alianza de Civilizaciones (ONU). Después de este programa, y junto con el Ministerio de Educación, se ha acordado recientemente crear en España el Instituto Nacional de la ONU de la Alianza de Civilizaciones (ONU\_IAC).

#### REFERENCIAS

- Aguaded, J.I. (2012). United Nations aiming at Media Literacy Education. *Comunicar*, 38, 7-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-01-01>
- Buendía, L. (1997). La investigación por encuesta. In L. Buendía, P. Colás, & F. Hernández (Eds.), *Métodos de investigación en Psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.

- Buckingham, D. (2007). *Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Media*. Cambridge: Polity Press.
- Cohen, L. & Manion, L. (1990). *Investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Commission of the European Communities (2009). *Commission recommendation 20.8.2009 on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society*. Bruxelles. Retrieved from [http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c\\_2009\\_6464\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c_2009_6464_en.pdf)
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Del Rincón et al. (1995). *Técnicas de investigación de ciencias sociales*. Madrid: Dykinson.
- European Union (2006). Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning. Brussels: European Union. Retrieved from <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:en:PDF>
- Frau-Meigs, D. & Torrent, J. (Eds.) (2009). *Mapping Media Education Policies in the World. Visions, Programmes and Challenges*. New York: The United Nations-Alliance of Civilizations in co-operation with Grupo Comunicar. Retrieved from [http://www.unaoc.org/images//mapping\\_media\\_education\\_book\\_final\\_version.pdf](http://www.unaoc.org/images//mapping_media_education_book_final_version.pdf).
- Nielsen (2009). *How Teens Use Media. A Nielsen report on the myths and realities of teen media trends*. New York: The Nielsen Company. Retrieved from [http://blog.nielsen.com/nielsenwire/reports/nielsen\\_howteensusemedia\\_june09.pdf](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/reports/nielsen_howteensusemedia_june09.pdf).
- Parlamento Europeo (2008). *Informe sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital*. Documento de sesión. Retrieved from [www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0461+0+DOC+XML+V0//ES](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0461+0+DOC+XML+V0//ES)
- Prensky, M. (2001, October). Digital Natives, Digital Immigrants, In *On The Horizon*, MCB University Press, 9(5). Retrieved from [www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf)
- UNESCO (1982). Grunwald declaration on media education. UNESCO: Grunwald, Federal Republic of Germany. Retrieved from [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)

## AGRADECIMIENTOS

Estudio financiado en la Convocatoria I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación con clave: EDU2010-21395-C03-03 y en el Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía SEJ-5823.