## LIBROS

## ▼ Jacqueline Sánchez-Carrero



Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España; Joan Ferres, Agustín G. Matilla, J. Ignacio Aguaded y otros; Madrid, Instituto de Tecnología Educativa, Consejo Audiovisual de Cataluña y Comunicar; 2011, 215 páginas

El año 2007 marcó el inicio de esta investigación, producto del esfuerzo aunado de un grupo de expertos en educación mediática. Para esa fecha Joan Ferrés, García Matilla e Ignacio Aguaded convocaban a una serie de profesionales de la educación y de la comunicación para plantearles un interesante y arduo trabajo que consistiría en analizar el grado de competencia, en el aspecto mediático, de una muestra amplia de la ciudadanía en España. A esta invitación respondieron diversas instituciones en nombre de las distintas comunidades autónomas con el fin de tener una representación fiable del estudio. El objetivo se centró en detectar y diagnosticar los niveles de competencia mediática con la finalidad de evidenciar -si ese fuera el caso- la necesidad de implementar la educación mediática en España. El estudio también revela en cuáles de las dimensiones citadas es imperioso actuar. La publicación está dividida en tres grandes secciones. En la primera se presenta la justificación, en ella se definen los ámbitos en los que incide la competencia mediática, lo que Ferrés ha denominado las dimensiones, a saber: el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción y programación, la ideología y los valores, la recepción y las audiencias, y la dimensión estética. La segunda parte, que es la más amplia, presenta uno de los dos instrumentos de medición que se utilizaron: los cuestionarios. En este apartado se dan a conocer las variables, el proceso de elaboración de la herramienta y se muestran los cambios que

se generaron a raíz de las distintas opiniones de los integrantes del equipo multidisciplinar. Se aplicaron en total 6.626 cuestionarios, 31 entrevistas en profundidad y 28 grupos de discusión. La muestra fue clasificada por edades: jóvenes (16-24 años); adultos (25-64), y tercera edad (65 años o más), pero también se analizó por género y por nivel

de estudios: sin estudios, con estudios primarios, con estudios secundarios y universitarios. El tercer segmento recopila todo lo referente a la investigación desde el enfoque cualitativo. En este caso se tomó en cuenta la territorialidad, en otras palabras, que la muestra para las entrevistas y los grupos de discusión estuviera compuesta por ciudadanos residentes en distintas partes del país, incluyendo incluso los entornos rural y urbano. Posteriormente se analizan los resultados considerando el interés que tenían los miembros de la muestra por aspectos como la información, la publicidad y la participación. Finalmente se despliegan más de una veintena de conclusiones y también unas propuestas de actuación en las que se incide en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la cultura participativa y la cultura de la convergencia. Las universidades participantes de este proyecto fueron 17 en total: Cataluña (Universidad Pompeu Fabra); Andalucía (Universidades de Huelva, Granada, Málaga, Cádiz, Córdoba, Sevilla); Navarra (Universidad de Navarra); País Vasco (Universidad del País Vasco); Madrid (Universidades Carlos III y Complutense); Galicia (Universidad de Santiago); Aragón (Gobierno de Aragón); Valencia (Universidad Jaume I); Asturias (Gobierno de Asturias); Cantabria (Universidad de Cantabria); Murcia (Universidad Católica de Murcia); Canarias (Universidad de La Laguna); La Rioja (Universidad de La Rioja); Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha); Castilla-León (Universidad de Valladolid); Baleares (Universidad Illes Balears) y Extremadura (Universidad de Extremadura). Este trabajo constituye un estudio sin precedentes en una etapa histórica en la que, por primera vez, se consigue el apoyo del Parlamento Europeo, que a finales del 2008 hizo pública la recomendación de implantar la educación mediática. La aportación de este grupo de investigadores corrobora la necesidad de trabajar en la investigación y en la puesta en práctica de una educación para comprender y participar en los medios de comunicación del presente siglo.