

# **Estudio sobre la alfabetización audiovisual de los adolescentes vascos: Recopilatorio de actitudes críticas y acríicas**

(Study of the audiovisual literacy of Basque adolescents:  
Compilation of critical and uncritical attitudes)

*Txema Ramírez de la Piscina, Esther Zarandona, Jose  
Inazio Basterretxea y Petxo Idoiaga<sup>1</sup>*

*Recibido el 30 de noviembre de 2006, aprobado el 20 de julio de 2006.*

## **Resumen**

El presente artículo recoge las principales conclusiones de una investigación llevada a cabo por profesores de la Euskal Herriko Unibertsitatea-Universidad del País Vasco (EHU-UPV) durante el período 2003-2005. El grupo investigador considera que la educación en materia de comunicación es una herramienta básica para dotar a la persona de un aceptable grado de autonomía crítica ante los medios. En ese sentido, la investigación ha pretendido los siguientes objetivos: averiguar el nivel de equipamiento tecnológico de los adolescentes vascos, conocer el consumo que realizan de los diferentes medios, escrutar sus hábitos culturales e investigar –en definitiva- su grado de alfabetización audiovisual. El grupo ha utilizado tanto técnicas de análisis cuantitativo como cualitativo, incluyendo grupos de discusión, entrevistas a expertos y una encuesta a 1.882 adolescentes de entre 14 y 18 años repartidos por 35 centros (públicos y privados) de todo Euskal Herria.

**Palabras clave:** Educación en comunicación. Alfabetización audiovisual. Adolescentes. Medios de comunicación. País Vasco

## **Abstract**

The present article includes the main conclusions from research carried out by professors of the Euskal Herriko Unibertsitatea-University of the Basque Country (EHU-UPV) from 2003 to 2005. The research group considers that education in the area of communication is a basic tool to equip a person with an acceptable degree of critical independence when it comes to media. In this sense, the research was meant to reach the following objectives: to find out the amount of technological equipment Basque teenagers have, to find out their consumption of different media, to examine

---

<sup>1</sup> Profesores de la EHU-UPV (Euskal Herriko Unibertsitatea-Universidad del País Vasco).

their cultural habits and to research their level of media literacy. The group used quantitative and qualitative techniques, including discussion groups, interviews of experts, and a survey of 1,882 teenagers between the ages of 14 and 18 years of age in 35 schools (public and private) throughout the Basque Country.

**Key words:** Media literacy, Educommunication, teenagers, mass-media, Basque Country

## 0. Introducción

La sociedad de la información avanza a velocidad vertiginosa, sobre todo en los países más desarrollados del planeta. Las nuevas tecnologías de la información multiplican a diario sus posibilidades y amplían con ello las líneas de investigación de la *communication research*. Diariamente surgen nuevos medios, nuevos soportes, nuevas fuentes informativas... nuevas formas de comunicar hasta completar un calidoscopio repleto de sensaciones amables en unos casos, desagradables en otros muchos y, casi siempre, contradictorias. La idea de la sociedad-red<sup>2</sup> introducida por Manuel Castells (1998) se consolida y abre nuevas incógnitas en este siglo XXI.

Todo ciudadano del planeta recibe a diario multitud de mensajes amorfos y polimorfos, un bombardeo incesante de imágenes, informaciones, códigos, señales y signos sin que tenga tiempo material para procesarlos conscientemente en su cerebro. La realidad aparece cada vez más difusa, amplia, efímera e inabordable. Surge ante nosotros un mundo repleto de zonas opacas y difícil de interpretar. Cada vez son más las capas de la sociedad que experimentan cierto aturdimiento, un importante grado de desconcierto ante un mundo cuyo control se les escapa, un planeta que “cada vez entiende menos”.

El ciudadano precisa herramientas de análisis, instrumentos de navegación, claves para la interpretación y la reflexión, elementos que le ayuden a decodificar esa iconosfera de sensaciones que a diario se introduce en su hogar. La educación en comunicación o Educomunicación pretende desempeñar esa función: proporcionar al ciudadano los utensilios necesarios para poner orden en ese maremagno al que nos enfrentamos a diario. La Educomunicación se revela así como la herramienta imprescindible para toda persona que aspire a considerarse audiovisualmente alfabetizada.

La investigación cuyo resumen aquí se presenta analiza el grado de alfabetización audiovisual de los adolescentes vascos de entre 14 y 18 años. Durante los últimos años, la juventud vasca ha sido objeto de varios e importantes estudios de tipo sociológico<sup>3</sup>. Sin embargo, nunca hasta ahora se

---

<sup>2</sup> Según M Castells (2003:29) la sociedad-red se caracteriza por la globalización de la economía, la organización en redes, la flexibilidad e inestabilidad del trabajo, la individualización, la cultura virtual construida a través de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados y la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo.

<sup>3</sup> Son dignas de mención las aportaciones realizadas por Elzo (1987, 1990), Ayestaran (1990); Ruiz Olabuenaga (1994); Apaolaza (1996); Arriaga (1997);

había abordado la capacitación crítica que tienen los adolescentes vascos ante los medios de difusión masiva.

## 1. Estado de la cuestión

La abundante bibliografía existente en torno a la *Media Literacy*<sup>4</sup> subraya la estrecha relación existente entre los conceptos de comunicación y educación y sostiene que ambos son, en realidad, un mismo término en la actual sociedad del conocimiento<sup>5</sup> (Fontcuberta, 2001; Kaplun, 1998). Fontcuberta plantea la necesidad de un replanteamiento general de los postulados, conceptos y métodos que se utilizan en la relación comunicación-educación, tanto desde una perspectiva comunicativa, como educativa. Ello exige necesariamente al conjunto de la comunidad educativa cambios de actitud y adquisición de nuevas aptitudes, algo que indefectiblemente va unido a una mayor valoración social y presupuestaria de la función educativa. Los nuevos tiempos exigen que la lógica del aprendizaje se aproxime cada vez más tanto a la de la comunicación como a la lógica de las emocio-

---

Rivera (1998); Letamendia (1998); Garitaonandia (1999); Barandiarán (2001); Martínez de Luna (2001) y Berrio-Otxoa (2002),

<sup>4</sup> Durante los últimos cuarenta años han sido numerosos los autores que han teorizado sobre *Media Literacy*. Destacaríamos, por su carácter global, las aportaciones que en el ámbito anglosajón han realizado Mastermann (1979, 1980, 1985, 1993), Luckham (1975), Firth (1976), Golay (1973), Gerbner (1983), Jones (1984), Duncan (1996) y las más recientes de Nathanson (2002, 2004) y Buckingham (2005). En el ámbito castellano-parlante destacaríamos, también por su carácter global, los interesantes apuntes realizados por autores como Kaplun (1998), Aparici (1994), García Matilla (1996, 2004), Aguaded (1998, 2000) y Orozco (1999), así como la impecable labor realizada por publicaciones como la revista *Comunicar* (Huelva, España). Desde un punto de vista más institucional, cabe subrayar la importancia que la UNESCO ha ofrecido a esta materia y que se ha traducido en numerosos informes y documentos aparecidos a partir de 1980. Otra serie de publicaciones han tenido quizás un enfoque más práctico y han dedicado sus esfuerzos a suministrar textos de apoyo al profesorado para poder llevar así la *Media Literacy* al aula. Destacaríamos, en ese sentido, las aportaciones de Hall & Whannel (1964), Galtung & Ruge (1965), Berger (1972), Cohen & Young (1973), Hall (1977), y Bonney & Wilson (1983), éste último ceñido al ámbito australiano. Sería injusto concluir este resumen bibliográfico sin citar al célebre maestro francés Celestin Freinet, padre de la Pedagogía popular y precursor del periódico en la escuela.

<sup>5</sup> El término implica la traslación del tradicional significado del conocimiento a otra concepción que invade todos los espacios, formas y tiempos de la sociedad inmersa en la información electrónica productiva.

nes. No olvidemos que el proceso educativo no es sólo un procedimiento ligado a la razón. El componente emotivo tiene una trascendencia fundamental y las teorías sobre la inteligencia emocional<sup>6</sup> (Gadner 1983) así lo subrayan. Tal y como señala Fontcuberta (2001:71) *un alumno alfabetizado en el mundo de las emociones es un alumno mucho más capaz de efectuar una lectura crítica del mensaje que está recibiendo de los medios*. Es por ello, que los medios son una herramienta fundamental para la alfabetización emocional y, por ende, también para la alfabetización sobre y para los medios.

En el ámbito anglosajón existe una amplia red de asociaciones educativas y profesionales especializadas en la alfabetización audiovisual. Por su carácter pionero, destacan Center for Media Literacy (CML) <<http://www.medialit.org/>> en EEUU, creado en 1977 y la Association for Media Literacy (AML) de Toronto en Canadá <<http://www.aml.ca/>> surgida en 1978. Una de las definiciones más utilizadas y breves sobre alfabetización audiovisual que existe hasta la fecha surgió en una reunión profesional celebrada por CML en 1992 en Aspen. Es la siguiente: *Alfabetización audiovisual es la habilidad para acceder, analizar y crear medios en sus diferentes formas*.

Con el paso del tiempo dicha definición ha ido completándose. Hoy CML define este término de la siguiente forma:

*La alfabetización audiovisual es una aproximación a la educación del siglo XXI. Suministra el marco necesario para posibilitar el acceso, análisis, evaluación y creación de mensajes en sus diferentes formas, ya sean en formato impreso, audiovisual o Internet. La Alfabetización audiovisual permite comprender el papel de los medios de comunicación en la sociedad actual, al mismo tiempo que facilita las habilidades de investigación y auto-expresión necesarias para el ciudadano de una democracia.*

Esta definición de CML es básicamente compartida por AML para quién la alfabetización audiovisual vendría a ser la capacidad de codificar, evaluar y comunicarse en los diferentes tipos de medios que existen en la actualidad, ya sean impresos, audiovisuales o electrónicos. Desde el mundo académico

---

<sup>6</sup> Gadner rechaza que el coeficiente intelectual se la única medida válida para cuantificar la inteligencia humana. Clasifica la inteligencia en siete espacios diferentes: inteligencia lógico-matemática; inteligencia lingüística; inteligencia espacial; inteligencia físico-kinestésica; inteligencia naturalista; inteligencia musical; inteligencia intra e interpersonal. La inteligencia emocional, en definición de Salovey y Mayer es *la capacidad de manejar adecuadamente los sentimientos propios y ajenos, y de utilizarlos para guiar el pensamiento y la acción*.

se viene a coincidir en líneas generales con dicha definición, aunque existan matizaciones derivadas sobre todo de la imprecisión del término “alfabetización”. Recientemente Buckingham (2005:71) ha resumido su postura afirmando que el término designa al conocimiento, las habilidades y las competencias que se requieren para interpretar los medios.

Es en ese contexto en el que aparece la educación en comunicación o Educomunicación como la herramienta precisa para alcanzar dicha alfabetización audiovisual. La UNESCO es, probablemente, el organismo internacional que más ha teorizado con respecto a la Educomunicación. En una reunión de expertos que se celebró en setiembre de 1979 en París, este organismo llegó a la conclusión de que el concepto de educación en materia de comunicación incluía (Sz. Bravo, 1991:420) *todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles y en toda circunstancia la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir el papel del trabajo del creador y el acceso a los medios de comunicación.*

El desarrollo de Educomunicación está vinculado a su integración en el currículo obligatorio. Este es el caso de Australia, Toronto (Canadá) y Reino Unido, lugares todos ellos en los que la Educomunicación lleva más de veinticinco años impartándose en las aulas. En otros países aparece como asignatura optativa que aborda el estudio de los medios de comunicación. Las reformas educativas que se están desarrollando en algunos países de América Latina incluyen los medios y la comunicación como objetos de estudio. Es el caso de Argentina y Chile, donde los vinculan al área de Lengua, Educación Artística y Ciencias Sociales. En otros países como Brasil, Perú, México, Estados Unidos y Alemania se observa una progresiva tendencia a incluir el estudio de los medios en los programas de educación popular y de educación para adultos.

La mayor parte de los expertos consultados defiende la integración de la Educomunicación como asignatura transversal al currículo escolar, (Masterman, 1993; Kaplún, 1998; Aparici, 1994; García Mantilla, 1996; Orozco, 1998). A pesar de ello, puede decirse que, hasta el momento, la Educomunicación no ha desarrollado todas sus potencialidades debido en gran medida a la falta de material adecuado y de profesorado preparado para impartir dicha área.

El presidente del Consejo Mundial de Educación para los Medios, Roberto Aparici, considera (1997) que, tras la década de los 80, se aprecian tres

planteamientos diferentes cuando se trata de educar para los medios: una concepción tecnicista (los profesores son tecnólogos pero no reflexionan sobre los medios), una concepción de los efectos (los medios producen cambios y modificaciones que el alumnado estudia) y una concepción crítica (utilizando modelos de comunicación participativa e intentando basarse en paradigmas constructivistas). En cualquier caso, Aparici entiende que no existe una práctica extendida de construir los mensajes, ni de implicar a los estudiantes en un modelo de comunicación participativo y democrático. Profundizando en este enfoque Mario Kaplún (1998:13) plantea la Educomunicación como la herramienta básica para la consecución de otro modelo de comunicación sensiblemente diferente al actual.

En los últimos años se han revisado se han revisado los planteamientos anteriores La resultante es una línea de actuación sobre educación en los medios que contempla la lectura de imágenes, la cultura mediática, las habilidades críticas, el distanciamiento del medio, el espectador interactivo, la creatividad, la imaginación y otros campos similares. El enfrentamiento entre educación *para* los medios (concepción tecnicista) y educación *en* medios (concepción crítica) es absolutamente actual en nuestra sociedad y refleja posiciones pedagógicas dispares, ancladas a veces en actitudes emotivas relativamente al margen del discurso académico.

En este mismo sentido, Roberto Aparici considera que el futuro de la Educomunicación dependerá de la acción que puedan desarrollar investigadores y docentes independientes en la búsqueda de un claro objetivo común: conseguir que el joven entienda qué significa ser parte de un entorno global y, al mismo tiempo, qué se puede hacer desde la perspectiva local.

El advenimiento de las nuevas tecnologías ha conllevado un notable incremento del tiempo que los adolescentes dedican al consumo de medios en general y a los electrónicos en particular. Estudios recientes (Roberts & Foehr, 2004:190) señalan que, por ejemplo, los jóvenes de EEUU de entre 11 y 14 años dedican –por término medio- más de seis horas y media al día al consumo de medios, en lo que ya constituye su principal actividad diaria, sobrepasando al tiempo que pasan en la escuela. Es la “media generation”. Este incremento del consumo no ha traído consigo un aumento en la alfabetización audiovisual de estos adolescentes. Informes académicos (Considine, 2002) constatan que los EEUU van, en ese sentido, a la zaga de la mayor parte de los países de habla inglesa y muy en particular por detrás de Canadá, el Reino Unido y Australia.

La inexistencia de estudios similares aplicados a los adolescentes vascos ha sido el principal motor que ha guiado a este equipo investigador.

## 2. Hipótesis y preguntas clave

Teniendo en cuenta el actual estado de la cuestión, así como las investigaciones más recientes llevadas a cabo en este ámbito, el grupo investigador lanzó las siguientes hipótesis de trabajo:

H1 La no inclusión de la Educomunicación en el currículo escolar tiene relación directa con el grado de alfabetización audiovisual de los adolescentes vascos.

H2 Un elevado equipamiento tecnológico no garantiza un alto grado de alfabetización audiovisual.

H3 La opinión de los medios tiene una influencia relativa en la formación de la opinión de los adolescentes vascos.

Estas hipótesis de trabajo conllevaron que el grupo investigador planteara las siguientes preguntas (Research questions):

RQ1: ¿Cuál es el grado de equipamiento personal del que disponen estos jóvenes?

RQ2 ¿Hasta qué punto está personalizado el consumo de medios?

RQ3: ¿Cuánto y cómo utilizan las nuevas tecnologías como Internet o los teléfonos móviles?

RQ4: ¿Son capaces de analizar, sintetizar y jerarquizar la información que reciben?

## 3. Método

El equipo investigador ha conjugado técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo. En concreto se realizaron tres tipos de investigaciones y por el siguiente orden:

? Entrevistas en profundidad a doce profesionales y expertos en la materia.

? Entrevistas con ocho grupos de discusión (64 adolescentes escolarizados de entre 14 y 18 años) y

? Sondeo de opinión entre 1.882 jóvenes de todo Euskal Herria.

### 3. 1. Entrevistas en profundidad

Entre septiembre y noviembre de 2004 se realizaron doce entrevistas a profesionales y expertos -tanto de dentro como de fuera de Euskal Herria- directamente relacionados con la materia objeto de análisis<sup>7</sup>. Se trataba de personas ligadas, desde diferentes ámbitos, al mundo de la enseñanza y que han tenido o tienen una relación directa con la Educomunicación. Se pretendía establecer un primer diagnóstico al respecto, conocer directamente qué es lo que se ha hecho en este ámbito, qué reflexiones teóricas realizaban los expertos, así como explorar perspectivas de futuro.

Las entrevistas fueron personales<sup>8</sup>, en base a un guión estructurado y previamente enviado a los interesados e interesadas. Dicho cuestionario constaba de quince preguntas. Las seis primeras preguntas se agruparon bajo el epígrafe “Sociedad y Medios de difusión”. Tenían un carácter general y pretendían recoger información en torno a la incidencia que, en su opinión, tienen los medios entre los adolescentes de entre 14 y 18 años. El segundo

---

<sup>7</sup> Las personas entrevistadas fueron las siguientes: Roberto Aparici, presidente del Consejo Mundial de Educación para los Medios y profesor de la UNED (Universidad a distancia) en Madrid; Carlos Lomas, doctor en Filología Hispánica, catedrático de Educación Secundaria en Gijón (España), co-director de la revista *Textos de Didáctica de la Lengua y la Literatura* y profesional con amplia experiencia en la materia; Victor Moreno, profesor de Enseñanza Secundaria en el Instituto Padre Moret-Irubide de Pamplona, autor de numerosas publicaciones sobre didáctica de la lengua y amplio conocedor de la materia; Joan Ferrés, profesor de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y miembro del equipo directivo de la revista catalana *Mitjans*, dedicada a la alfabetización audiovisual; Esther Torres, responsable de Formación e Innovación de BIGE (Asociación de Padres y Madres de alumnos de la Enseñanza pública en Bizkaia) y coordinadora del programa “Televisión y medios” llevado a cabo en diferentes escuelas públicas de la Comunidad Autónoma de Euskadi; Arrate Egaña y Paco Luna, miembros del IVEI Instituto Vasco de Evaluación e Investigación Educativa (Basque Institute for Research and Evaluation in Education) y co-autores del texto “Pentsa-tailerra / Taller de prensa” (1997); Germaine Hacala, técnico superior (ya retirado) del ministerio francés de Educación con amplia experiencia en la materia; Mikel Usabiaga, profesor de MU (Mondragón Unibertsitatea) que trabaja en una tesis doctoral sobre la materia objeto de análisis; Luis Matillas escritor y formador de formadores audiovisuales, Fernando Marín, responsable de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) del Centro de Renovación Pedagógica del Departamento de Educación desgobierno vasco y Amaia Benito del Valle, licenciada en Informática y periodismo y profesora de Nuevas Tecnologías.

<sup>8</sup> Excepto las entrevistas a Víctor Moreno y Joan Ferrés que, por imponderables técnicos, se realizaron vía e. mail.

bloque –titulado Educación y Medios de difusión- era el más amplio (preguntas 7 a 13, ambas inclusive) y pretendía conocer el estado real de la Educación en el entorno que ellos más conocían. El último bloque, de tan sólo dos preguntas, pretendía conocer la opinión de los expertos sobre el futuro de esta materia.

Para la realización de las entrevistas se siguieron las recomendaciones que en ese sentido ofrecen Gaitán y Piñuel (1998:95). Todas las entrevistas fueron grabadas, transcritas y finalmente sometidas al visto bueno del interesado/a.

El nivel de información recogido en dichas entrevistas resultó determinante para estructurar mejor tanto los debates dentro de los grupos de discusión, como el cuestionario de preguntas a realizar en el posterior sondeo de opinión a los adolescentes.

### 3. 2. Grupos de discusión

Tras los encuentros con los expertos, el grupo investigador realizó las sesiones con los grupos de discusión<sup>9</sup>, durante el mes de noviembre de 2004. Los investigadores acudieron a ocho centros educativos vascos escogidos en base a criterios de representatividad<sup>10</sup>.

Cada grupo fue entrevistado en un par de ocasiones, en encuentros que duraron, aproximadamente, una hora y media cada uno de ellos. El grupo estaba compuesto por ocho adolescentes, repartidos a partes iguales entre chicos y chicas y respetando la proporcionalidad según las franjas de edad (14 a 18 años). La primera de las entrevistas era una toma de contacto. Los adolescentes rellenaban una encuesta que, posteriormente, fue la base de las discusiones del segundo día. La segunda entrevista consistió en el análisis crítico de diferentes fragmentos audiovisuales (ocho anuncios y seis noticias), sobre los que se les pedía una opinión. Todas las entrevistas fueron grabadas y transcritas. En estas reuniones se primó especialmente que tuvie-

---

<sup>9</sup> Los grupos de discusión son una técnica investigadora ampliamente utilizada en las ciencias sociales (Klapper, 1974 y Lazarzsfel & Katz, 1979).

<sup>10</sup> Los centros a los que acudió el equipo investigador fueron los siguientes: Colegio de los Padres salesianos (Deusto), Colegio San Ignacio de Iruña-Pamplona, Ikastola San Fermin de Iruña-Pamplona, Ikastola de Azpeitia, Centro Público Txurdinaga-Artabe de Bilbao, Instituto Público de Gernika, Instituto Orixe de Tolosa e Insituto Koldo Mitxelena de Vitoria-Gasteiz. Los cuatro primeros son de carácter privado, mientras que el resto son de titularidad pública. En los tres primeros el modelo lingüístico predominante es el castellano. En el resto es el euskara.

ran un carácter interactivo, de intercambio de experiencias y en un entorno cercano a los jóvenes.

Al analizar los anuncios y al objeto de sacar el máximo partido a la investigación, se verificó el *efecto priming* (Fiske & Taylor, 1991; Eunkyung & Berkowitz, 1996), método que posibilita la proyección de conductas activadas de forma inmediata tras la exposición de un determinado tipo de mensaje<sup>11</sup>.

### 3. 3. Sondeo de Opinión

Siguiendo las pautas dadas por el equipo investigador, la empresa CIES realizó durante los meses de marzo y abril de 2005, un sondeo de opinión<sup>12</sup> que consistió en la realización de 1.882 entrevistas a adolescentes escolarizados<sup>13</sup> de entre 14 y 18 años de todo Euskal Herria. La muestra se realizó teniendo en cuenta las peculiaridades tanto culturales como lingüísticas de los diferentes territorios que componen el país.

El universo de población lo constituyeron 95.212 alumnos/as de 2º ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria (3ème en el caso de las provincias de Iparralde) y de Bachillerato.

Las entrevistas fueron auto-administradas y guiadas por ocho entrevistadores. El número de aulas entrevistadas fue de 94 pertenecientes a 35 centros diferentes que se seleccionaron en base a criterios de aleatoriedad y proporcionalidad en función de la provincia, titularidad del centro (público o privado), curso y modelo lingüístico. La ubicación de estos centros y el número

---

<sup>11</sup> Cuando un sujeto recibe determinada información por los mass media (Eunkung y Berkowitz, 1996:70) *en su mente se activan una serie de ideas de significado parecido durante un periodo de tiempo subsiguiente y, a la sazón, dichos pensamientos son capaces de activar otras ideas y tendencias semánticamente relacionadas*. El trabajo tenía un objetivo claro: investigar las inmediatas reacciones a algunos estímulos publicitarios. La aplicación de dicha técnica se ha revelado como muy efectiva para determinar proyecciones de comportamiento vinculadas al consumo de medios, la agresión, los videojuegos o el deporte (Freedman, 1984; Mehrabian & Wixen, 1986; Bandura, 1986).

<sup>12</sup> El sondeo fue sufragado gracias a la ayuda económica de la EHU-UPV y del Gobierno vasco.

<sup>13</sup> En todo el territorio objeto de análisis la enseñanza es obligatoria hasta los 16 años. El porcentaje de escolarización entre los jóvenes de 16 a 18 años es muy elevado. Oscila entre el 74,9 (de los de 18 años) al 90% (de entre los de 16), según datos del Instituto Vasco de Estadística, Eustat.

de entrevistas realizadas, según las diferentes provincias, fue la siguiente: 6 en Araba (322 entrevistas), 8 en Bizkaia (433), 8 en Guipúzcoa (474), 8 en Nafarroa (367) y 5 en Iparralde (286). El margen de error para los datos globales fue de  $+ / - 2,2\%$ , siendo el nivel de confianza del 95% (donde  $p=q=0,5\%$ ).

A la hora de rellenar el cuestionario, los adolescentes podían elegir idioma: euskara, castellano o francés. En total eran 47 preguntas: 9 de tipo general, 3 sobre la prensa, 3 sobre la radio, 5 sobre la televisión, 3 sobre Internet, 2 sobre lectura de libros, 1 sobre la publicidad, 1 sobre equipamiento personal, 2 sobre telefonía móvil y el resto (18) de tipo técnico (edad, modelo lingüístico, municipio de residencia, etc.). El tiempo empleado para rellenar la encuesta osciló entre los 20 y 25 minutos aproximadamente.

## 4. Resultados

### 4. 1. Entrevistas a expertos

Los expertos entrevistados coinciden en señalar que la Alfabetización audiovisual no figura entre las prioridades de los actuales responsables del sistema educativo. Dicha falta de sensibilidad es, a su juicio, especialmente preocupante en una sociedad marcada por el hedonismo, el consumismo y una creciente falta de sentido crítico por parte de la ciudadanía.

La Educomunicación se ha introducido de forma puntual en las aulas, no de forma reglada. Las iniciativas desarrolladas en los últimos años en Euskal Herria han sido, sobre todo, fruto de la buena voluntad, la inquietud y la profesionalidad de colectivos concretos de educadores y padres o madres sensibilizados con la materia. En ese sentido, existe coincidencia generalizada a la hora de resaltar que las autoridades educativas no están cumpliendo las recomendaciones que realiza la Unesco. Particularmente ilustrativa es, en ese sentido, la opinión manifestada por Víctor Moreno<sup>14</sup>:

*Nuestro sistema educativo hace aguas por todas partes y, muy especialmente en esta materia. Soportes y medios tan sencillos como el cómic, la publicidad y el periódico no tienen acto de presencia en nuestras aulas, ni como asignatura troncal, ni transversal. Paradójicamente, si nuestra sociedad se ha convertido en una iconosfera, lo*

---

<sup>14</sup> Declaraciones extraídas de la entrevista concedida al equipo investigador (18-10-2004).

*cierto es que los institutos siguen tapiados, siguen siendo aulas con muros.*

La mayoría de los expertos consultados se inclina por incluir la enseñanza de los medios como una transversal al currículo, muy en la línea de Masterman (1993:256). Luis Matillas escritor con más de treinta años de experiencia en la formación de formadores afina más, al citar cuatro áreas concretas hacia las que debería dirigirse dicha transversalidad como son las de Lengua, Sociales, Plástica y Ética. Esta opinión, sin embargo, no es unánime. El catedrático de Enseñanza Secundaria Carlos Lomas opina que la Educomunicación debe ser incluida en la educación secundaria obligatoria como materia obligatoria, en pie de igualdad a la Lengua, las Ciencias o las Matemáticas<sup>15</sup>: *Lo transversal es de todos y acaba siendo de nadie (...). La gente se atrinchera en contenidos tradicionales y las cuestiones que tienen que ver con el sexismo o la competencia mediática quedan relegadas al olvido o a un tratamiento o anecdótico o esporádico.*

El analfabetismo audiovisual no es privativo de los adolescentes vascos. El propio profesorado, con una edad media que ronda los 45 años, se siente, en muchos casos, audiovisualmente analfabeto, desconcertado y sin herramientas para impartir dicha materia. No ha existido formación tampoco para ellos y ellas en ese sentido. Los pocos educadores que imparten dicha materia han tenido una formación autodidacta.

Todos los expertos consultados coinciden en la necesidad de no confundir Educomunicación con espejismo tecnológico de la informática. Ello exige superar el enfoque meramente instrumental de la materia —educación *para* los medios— e impulsar corrientes de ética comunicativa que subrayen también la educación *en* medios.

De cara al futuro, todos los entrevistados apuestan claramente por la Educomunicación como la mejor garantía para formar personas audiovisualmente alfabetizadas. Dicha tarea correspondería no sólo a la escuela, sino también a la familia e incluso a los propios medios de comunicación, a los que se demanda una mayor responsabilidad social. La mayoría de los expertos aboga por un control democrático, social y ético de los medios. El profesor Joan Ferrés<sup>16</sup> lo justifica de la siguiente manera: *Si hay medidas*

---

<sup>15</sup> Declaraciones extraídas de la entrevista concedida al equipo investigador (24-09-2004).

<sup>16</sup> Declaraciones extraídas de la entrevista concedida al equipo investigador (02-11-2004)

*rigurosas de control de la alimentación, ¿por qué no debe haberlas en lo que atañe a la alimentación del espíritu?*

#### 4.2. Grupos de Discusión

Las respuestas recogidas entre los 64 adolescentes que participaron en los grupos de discusión ofrecieron muchos más matices que las registradas entre los expertos. Hubo amplias coincidencias, aunque también importantes discrepancias. En líneas generales los adolescentes vascos mantienen una actitud crítica ante los medios –particularmente notoria entre los adolescentes de la franja superior (16/18 años)- aunque reconocen un importante grado de dependencia hacia los mismos.

El consumo de medios (sobre todo televisión e Internet) se está individualizando de forma acelerada. Navegar por la red o ver la televisión es una actividad que los adolescentes vascos ejercitan cada vez más en su propia habitación, en solitario, al margen de sus padres o hermanos. Ello les otorga sensación de libertad.

Los informativos de la televisión son de los pocos programas cuya visión es compartida en el seno familiar. Ello posibilita además, el contraste de ideas<sup>17</sup>:

*Las noticias de la tele las solemos ver todos juntos. Suele haber comentarios y mis padres aprovechan para decir qué está bien y qué está mal (chica 14 años).*

Salvo excepciones en el caso de los adolescentes más jóvenes (14/15 años), los hogares vascos no existen normas férreas de conducta en relación al consumo de medios. A la hora de informarse prefieren la televisión a la prensa o la radio<sup>18</sup>:

*¿Para qué vas a hacer el esfuerzo de leer el periódico si la tele te lo cuenta antes, resumido y con imágenes? (chico 14 años).*

Los adolescentes más adultos son críticos con respecto a las informaciones que ofrecen los medios de comunicación en general, particularmente la televisión. Censuran falta de objetividad en la información y son capaces de definir con claridad tal comportamiento<sup>19</sup>:

---

<sup>17</sup> Comentario recogido en los grupos de discusión.

<sup>18</sup> Ibidem.

<sup>19</sup> Ibidem.

*Manipulación es contar sólo parte de lo que ocurre, no informar sobre los puntos de vista diferentes ante un hecho o meter la opinión como información* (chico 18 años)

Son particularmente críticos con respecto a la imagen que la televisión ofrece de los jóvenes<sup>20</sup>:

*Nos presentan como 'porretas', alcohólicos y cuando hablan del País Vasco todos somos terroristas* (chico 16 años)

Sin embargo, el hecho de que la televisión informe con imágenes, confiere, para ellos, mayor credibilidad a las noticias<sup>21</sup>

*La televisión enseña las cosas y tú las ves con tus propios ojos* (chico 17 años)

Tienden a identificar con excesiva frecuencia imagen con realidad. Desconocen el valor retórico de la imagen o la fuerza argumentativa del montaje. En este aspecto sí puede hablarse de un estado de importante analfabetismo mediático.

Los adolescentes vascos creen saber diferenciar la realidad de la ficción y dicen además que ese tipo de confusiones es más bien propio de la población infantil o los ancianos.

Por último, señalaremos que esa misma actitud crítica que manifiestan ante la forma de dar las noticias en televisión reaparece a la hora de juzgar los estereotipos sexistas y consumistas que aparecen en el mundo de la publicidad, lo que no les impide admitir abiertamente que ellos también se dejan influenciar:

*El mundo de la publicidad es falso pero caemos en esa trampa porque también nosotros queremos ser chicas o chicos esculturales* (chica 17 años)

#### 4. 3. Sondeo de Opinión

La televisión es, sin género de dudas, el medio de comunicación más consumido por los adolescentes vascos de entre 14 y 18 años, seguido a gran distancia por la radio e Internet. Se observa un creciente uso de la red entre los adolescentes. No en vano el 39% de los encuestados dispone en su domi-

---

<sup>20</sup> Ibidem.

<sup>21</sup> Ibidem.

cilio de acceso a la red, ya sea éste individual o compartido con el resto de la familia. Destaca el pobre consumo de la prensa, así como la baja frecuencia con que estos adolescentes leen libros que no sean de texto<sup>22</sup>.

Tabla 1. Consumo de medios entre adolescentes vascos (14-18 años)

	Prensa	Radio	Televisión	Internet	Libros (*)
De 5 a 7 días a la semana	18%	38%	78%	35%	12%
De 3 a 4 días a la semana	14%	15%	13%	21%	15%
Uno/dos días a la semana	31%	17%	5%	20%	27%
Casi nunca o nunca	33%	25%	2%	20%	38%
NS/NC	4%	5%	2%	4%	8%

\* Se refiere a libros no de texto

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador.

Significativos son también los datos relativos al equipamiento audiovisual. Los adolescentes vascos disponen de un alto grado de equipamiento, siendo el teléfono móvil la “estrella” entre todos ellos. Destaca, asimismo, el elevado porcentaje de adolescentes que manifiestan tener algún aparato destinado a la reproducción de música. Llama igualmente la atención el hecho de que casi un cuarto de los encuestados disponga de televisión para su uso personal (en su habitación), lo que corrobora la tendencia hacia la individualización del consumo apuntada tanto en las entrevistas a los expertos, como en los grupos de discusión.

<sup>22</sup> No era objetivo prioritario de este sondeo cuantificar de forma exacta los minutos que los adolescentes pasan delante de la televisión, escuchando la radio o leyendo el periódico. No obstante, cabe señalar que según datos de Sofres y EGM correspondientes a 2005, los jóvenes de la Comunidad Autónoma Vasca de entre 13 y 24 años consumen –en general– menos radio y televisión que los jóvenes del conjunto del Estado español, aunque leen algo más la prensa. En concreto, sabemos que estos jóvenes emplean una media de 119 minutos al día en ver la televisión, frente a los 142 que lo hacen los jóvenes del conjunto del Estado. Por lo que respecta a la radio, los jóvenes vascos la escuchan una media de 162 minutos al día, frente a los 176 que lo hacen en el estado. Con respecto a la prensa, los jóvenes vascos leen algo más los periódicos (33,2 minutos al día) que los del conjunto del estado (32,8).

Tabla 2. Equipamiento audiovisual de los adolescentes vascos (14-18 años).

Tipo de aparato	Uso personal
Teléfono móvil	88%
Walkman / Discman	80%
Aparato de música	70%
Radio	52%
Reproductor de MP3	47%
Cámara de fotos	36%
Ordenador	33%
Cónsola de video-juegos	30%
Acceso a Internet	25%
Aparato de televisión	24%
Reproductor de DVD	16%
Reproductor de video	12%
Videocámara	10%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Los adolescentes vascos prefieren charlar con sus amigos a ver la televisión, hecho que ocurre tanto entre semana como durante los fines de semana. No ocurre lo mismo en el ámbito doméstico. El sondeo revela que estos adolescentes pasan más tiempo delante del televisor que charlando con la familia, sobre todo durante los fines de semana.

Tabla 3. Gestión del tiempo libre entre los adolescentes vascos (\*)

Tipo de actividad	Entre semana	Fines de semana
Conversar con los amigos	63%	86%
Conversar con la familia	42%	50%
Ver la televisión	42%	57%

\*El porcentaje refleja las respuestas de quienes dedican a estas ocupaciones dos o más horas al día.  
Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Otra de las incógnitas de la investigación residía en averiguar los mecanismos que determinan las actitudes y comportamientos de los adolescentes vascos. Los resultados del sondeo reflejan claramente que, en lo que respecta a asuntos clave de nuestro tiempo como son para ellos y ellas las cuestiones políticas, la sexualidad, las drogas o los aspectos relativos a la inmigración, es el ambiente familiar quien más influye en su opiniones, muy por encima de su grupo de amigos, de los medios de difusión o de lo que les transmiten sus profesores y profesoras en el instituto.

Tabla 4. En cuestiones relativas a política, sexualidad, drogas o inmigración, ¿quién influye más entre los adolescentes vascos?

	Grado de Influencia (*)
Padres/madres	158
Amigos-as	138
Mass-media	97
El profesorado del Instituto	42
Hermanos-as	38

(\*) La cifra corresponde al sumatorio de las respuestas ofrecidas para cada uno de las cuatro variables analizadas: política, sexualidad, drogas e inmigración.

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Los contenidos de los medios de comunicación apenas son objeto de comentario en el ámbito escolar, no ya los programas de entretenimiento, sino ~~que~~ ni tan siquiera las noticias. Es en el seno familiar o entre los amigos donde se comentan estas cuestiones.

Tabla 5. Los medios de difusión como objeto de comentario.

	Escuela	Casa	Con los amigos
Noticias	38%	74%	61%
Programas de entretenimiento	26%	75%	87%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Los adolescentes vascos manifiestan una actitud muy crítica hacia los medios: consideran que están manipulados y en manos de los poderosos. Ésta actitud crítica se manifiesta de forma palpable a la hora de valorar la información que ofrecen las grades cadenas de televisión. Los adolescentes del Sur de Euskal Herria -donde se concentra el 90,2% del universo total analizado- son, en ese sentido, mucho más críticos que los de Iparralde. Las cadenas de televisión que emiten desde Madrid (sobre todo TVE 1 y 2 y A3) son muy censuradas por estos adolescentes, salvándose únicamente los dos canales de la cadena vasca de televisión ETB (tanto el que emite en euskara, como el de castellano). Las cadenas estatales de la televisión francesa (France 2 y France 1) son bien catalogadas por los adolescentes de Iparralde.

Tabla 6. Actitudes de los adolescentes vascos ante los medios.

	Grado de aceptación (*)
<i>Los medios están en manos de los poderosos</i>	75 %
<i>Los medios están manipulados</i>	73 %
<i>La publicidad nos engaña</i>	71 %
<i>Los medios informan correctamente</i>	51 %

\* Sumatorio de las respuestas “muy de acuerdo” y “más bien de acuerdo”.

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Tabla 7 Credibilidad de los informativos(\*)

Comunidad Autónoma Vasca y Comunidad Foral de Navarra		Norte de Euskal Herria	
ETB2	61	France 2	62
ETB 1	47	France 1	61
T 5	45	TF 1	50
A 3	23	M 6	30
TVE 2	3		
TVE 1	-2		

\* Resultado de la siguiente sustracción: (Muy buena + buena) – (mala + muy mala).

Fuente: Sondeo de CIES para el equipo investigador

Cuando tienen que elegir programas de ficción o entretenimiento los adolescentes vascos prefieren –sin lugar a dudas- los productos que se ofrecen en las cadenas españolas o francesas frente a los que emite la televisión vasca ETB. Los adolescentes vascos prefieren las series de moda producidas en España o las teleseries norteamericanas, como *Los Simpsons* y *CSI*, a los productos realizados en el propio País Vasco.

Las chicas y los chicos vascos manifiestan gustos diferentes –y hasta dispares- cuando se trata de escoger una determinada sección del periódico, escuchar de un programa concreto de radio o seleccionar un espacio de televisión. En general, puede decirse que las chicas se interesan mucho menos por los deportes que los chicos, les apasionan más los contenidos musicales, así como las series de televisión.

Tabla 8. Secciones de prensa preferidas entre los adolescentes vascos

Sección	Chicas		Chicos
Deportes	34%		66%
Programación Radio /tv	34%		27%
Cultura, agenda de actos	32%		18%
Sociedad	28%		18%
Información local	21%		16%
Opinión	14%		15%
Política	13%		6%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Tabla 9. Programa de radio preferido entre los adolescentes vascos

Tipo de programa	Chicas		Chicos
Musicales	89%		62%
Deportes	4%		30%
Informativos	13%		19%
Concursos	16%		9%
Tertulias y debates	10%		12%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Tabla 10. Programa de televisión preferido entre los adolescentes vascos

Tipo de programa	Chicas		Chicos
Series	79%		55%
Películas	68%		74%
Humor	45%		53%
Musicales	52%		28%
Deportivos	21%		59%
Entretenimiento	29%		23%
Informativos	16%		21%
Culturales, documentales	15%		18%
Concursos	17%		15%
Reality Show	16%		4%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

Internet se ha convertido en una herramienta de uso habitual entre los adolescentes vascos. Un 81% de los encuestados considera que los contenidos de la red son de su interés, entre otras cosas porque les sirve tanto para relacionarse con sus amigos –vía *messenger*- como para realizar los trabajos de clase.

Tabla 11. Uso de Internet entre los adolescentes vascos

Uso	Grado
Realizar trabajos escolares	92%
Conversar con los amigos y amigas	88%
Recabar información	76%
Descargar música, películas, programas, etc.	73%
Como entretenimiento	64%

Fuente: Sondeo CIES para el equipo investigador

## 5. Conclusiones

1. Los adolescentes vascos disponen de un alto grado de equipamiento tecnológico lo que favorece el consumo cada vez más personalizado e individualizado de los medios (un 24% dispone ya de aparato de TV para uso personal). El estudio corrobora una manifiesta predilección por la cultura audiovisual frente a la escrita. Así lo atestiguan las cifras del consumo de prensa y de lectura de libros no de texto, anecdóticas en comparación al uso que los adolescentes hacen de la televisión, la radio o Internet. Es muy significativo el hecho de que un 56% de los encuestados utilice la red tres o más días a la semana y que el 25% disponga de conexión personal. Los adolescentes vascos, por tanto, están familiarizados con las nuevas tecnologías, las consideran herramientas útiles y necesarias y saben que han modificado sus vidas.

2. La mejora cuantitativa del equipamiento tecnológico no ha traído cualitativamente consigo un incremento similar en su grado de alfabetización audiovisual. Las respuestas recogidas en los grupos de discusión demuestran que en determinados aspectos, los adolescentes vascos son mediáticamente analfabetos: identifican con excesiva facilidad la imagen con la realidad, tienen dificultades para decodificar determinados mensajes y, frecuentemente, se olvidan de la polisemia del discurso informativo.

3. Al mismo tiempo, los adolescentes vascos manifiestan una actitud muy crítica hacia los medios, (el 73% considera que “están manipulados”), postura que se confirma cuando valoran la credibilidad de los programas informativos. Entre los adolescentes de la Comunidad Autónoma Vasca y Navarra, las cadenas vascas tienen una credibilidad muy superior a la del resto de canales. No ocurre lo mismo en Iparralde, donde los informativos de las cadenas estatales gozan de gran aceptación. Esta actitud crítica hacia los medios explica que los éstos tengan una influencia secundaria en sus opiniones. En cuestiones clave como la política, la sexualidad, las drogas o la inmigración, la encuesta demuestra que el entorno familiar y la cuadrilla influyen mucho más que los medios en la formación de sus opiniones.

4. Las entrevistas realizadas al grupo de expertos coinciden en subrayar que los centros vascos de enseñanza viven de espaldas a la Educomunicación. Su inclusión en el currículo no sobrepasa el umbral de la anécdota. Los datos de la encuesta revelan que los medios no son objeto de comentario en las aulas: ni se discuten, ni se cuestionan; simplemente se ignoran. Es una situación similar a la que se da en países del entorno europeo, pero que dista mucho de lo que ocurre en otros lugares como el Reino Unido, Australia o Canadá.

5. Los expertos entrevistados corroboran que en el País Vasco el mundo de la escuela vive instalado en la quimera tecnológica, alojado en la fascinación por la informática, atracción que se traduce en un afán por enseñar al alumno el funcionamiento del teclado o del ratón, pero que es incapaz de suministrarle herramientas que le faciliten mejorar sus destrezas comunicativas. No se siguen las recomendaciones de la UNESCO en materia de Educomunicación. El modelo actual se aproxima más a una educación *para* los medios, en vez de una educación *en* medios.

6. Fruto de esa despreocupación del sistema educativo, el profesorado vasco carece, en estos momentos, de la formación y los medios necesarios para impartir educación en comunicación dentro de las aulas. Así lo han corroborado el equipo de expertos que ha colaborado con la presente investigación. Las escasas iniciativas que se han llevado a cabo en los últimos años han sido producto de la iniciativa personal de grupos reducidos de docentes –o de padres y madres– que han cultivado sus inquietudes de forma autodidacta.

7. La implantación de las nuevas tecnologías exige nuevos retos para el sistema educativo, desafíos que indefectiblemente pasan por la inclusión de la Educomunicación dentro del currículo escolar. Podrá discutirse sobre la forma, si debe ser materia obligatoria, transversal u optativa. Sin embargo, todas las fuentes consultadas en la investigación coinciden en que se debe hacer mucho más de lo que se ha hecho hasta la fecha. La sociedad de la información exige formar sujetos con capacidad crítica, personas aptas para resolver problemas nuevos, seres de mente creativa que sepan interpretar realidades cada vez más complejas y llenas de matices. En ese sentido, la Educomunicación es, sin duda, un instrumento útil.

## Referencias

- AGUADED, J.I. (1998). *Descubriendo la caja mágica. Aprendemos a ver la tele*, Huelva: Grupo Comunicar.
- AGUADED, J.I. (2000). *La Educación en Medios de Comunicación*, Huelva: Grupo Comunicar.
- APAOLAZA, J.M. (1996). El espacio y el tiempo en el estudio de la juventud. **En:** *Kobie, Antropología cultural* 7, p. 41-48.
- APARICI, R. (1994). *Los medios audiovisuales en la educación infantil, la educación primaria y la educación secundaria*, Madrid: UNED.
- ARRIAGA, M. (1997). Abertzales heterodoxos: dudar para existir. **En:** *Ingu-ruak, Revista de Sociología*, n.19, Bilbao: EHU-UPV.
- AYESTARÁN, S. et. al. (1990). Ideología y percepción del conflicto grupal. **En:** AA.VV. *Análisis e intervención social*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- BANDURA, A. (1986). *Teoría del aprendizaje socia.*, Madrid: Espasa-Calpe.
- BERGER, J. (1972). From today art is dead. **En:** *Times Educational supplement*, 1 de diciembre de 1972.
- BARANDIARÁN, X. (2000). La identidad política de la juventud vasca. **En:** *Mundaiz*, Bilbao: Universidad de Deusto.
- BARANDIARÁN, X. (2001). *Gazteak eta política*, Vitoria-Gasteiz: Departamento de Cultura del Gobierno vasco.
- BERRIO-OTXOA, K.; MARTÍNEZ DE LUNA, I., et. al. (2002). *Gaztetxoak eta aisialdia. Etorkizuna aurreikusten*, proyecto de investigación, Leioa: EHU-UPV.
- BONNEY, B.; WILSON, H. (1983). *Australia's Comercial Media*, Melbourne: MacMillan.
- BUCKINGHAM, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- CASTELLS, M. (1998). *The information Age: Economy, Society and Culture, Volume II: Power of identity*, Massachussets: Blackwell Publishers Inc; edición en español :(2003) *La era de la información Vol. 2 el poder de la identidad* (segunda edición), Madrid: Alianza editorial.
- COHEN, S.; YOUNG, J. (1973). *The manufacture of news*. London: Constable.

- CONSIDINE, D., *et al.* (2002). *Thinking Critically About media: Schools and families in Partnershi.*, Washington: CIC.
- DUNCAN, B. *et al.* (1996). *Mass media and Popular culture* Toronto: Harcourt-Brace.
- ELZO, J., *et al.* (1987) *Informe sociológico sobre comportamientos, actitudes y valores de la juventud vasca actual*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- ELZO, J., *et al.* (1990). *Informe sociológico sobre comportamientos, actitudes y valores de la actual la juventud vasca y de su evolución en los últimos cuatro años* Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- EUNKUNG J.; BERKOWITZ, L. (1996) Análisis del *efecto priming* sobre la influencia de los media: una puesta al día. **En:** Bryant, J.; Zillmann, D. (ed.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós, p. 67-89.
- FIRTH, B. (1968), *Mass Media in the Classroom*, Basingstoke Hampshire: MacMillan.
- FISKE, S.T.; TAYLOR, S.E. (1991), *Social cognition*. Nueva Cork: McGraw-Hill.
- FONTCUBERTA, M. de (2001). El rol de los medios de comunicación en la gestión del conocimiento. **En:** Crovi, D. *Comunicación y Educación: La perspectiva latinoamericana*, México D.F.: ILCE, p.57-71.
- FREEDMAN, J.L. (1984). Effect of television violence on aggressiveness. **En:** *Psychological Bulletin* nº 96, p. 227-246.
- FREINET, C. (1975). *Nacimiento de una pedagogía popular*. Barcelona: Laia.
- GAITÁN, J. A.; PIÑUEL, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. (1965). The Structure of the Foreign News. **En:** *Journal of International Peace Research*, no 2:64-91.
- GARCÍA MATILLA, A. *et al.* (1996) *La televisión educativa en España*, Madrid: MEC.
- GARCÍA MATILLA, A. *et al.* (2004) (ed.). *Convergencia multimedia y alfabetización digital*, Madrid: UCM.
- GARDNER, H. (1983). *Frames of mind: The Theory of multiples intelligences*, New York: Basic Books.

- GARITAONANDIA, C. *et al.*(1999). Qué ven, cómo juegan los niños y los jóvenes. **En:** *Zer*, nº 6, EHU-UPV, p.67-97
- GERBENER, G. (1983) *Ferment in the field: 36 Communications Scholars Address Critical Issues and Research Tasks of the Discipline*. Philadelphia: Annenberg School Press.
- GOLLAY, J. P. (1973). *Introduction to the Language of Image and Sound*. London: British Film Institute (BFI).
- HALL, S. (1977). Culture, the Media and Ideological Effect. **En:** Curran, J. *et al.* (eds.), *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- HALL, S.; WHANNEL, P. (1964). *The popular arts*, New York: Pantheon.
- JONES, M. (1984). *Mass Media Education, Education for Communication and Mass Communication Research*. Paris: Unesco.
- KAPLUN, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- LETAMENDIA, F.. Sobre un cambio de escenario de las violencias vascas: las movilizaciones juveniles. **En.** *Vasconia, Cuadernos de Historia-Geografía*, nº 26, EHU-UPV, 1998.
- LUCKHAM, B. (1975). Audio-Visual Literacy. **En:** Simposio sobre medidas políticas de radio y televisión. Manchester: Universidad de Manchester.
- MARTÍNEZ DE LUNA, I.; BERRIO-OTXOA, K. (2001). *Etorkizuna aurreikusten 99: Euskal Herriko gaztetxoak eta euskar.*, Bilbao: NUP-EHU-EKE.
- MASTERMAN, L. (1979). *Television Studies: Tour approaches*. London: British Film Institute (BFI).
- MASTERMAN, L (1980). *Teaching about Television*. Basingstoke Hampshire: MacMillan.
- MASTERMAN, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Methuen & Co. Ltd.
- MASTERMAN, L. (1993) La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid: Ediciones de la Torre.
- MEHRABIAN, A.; WIXEN, W.J. (1986). Preferences for individual video games as a function of their emotional effects on players. **En:** *Journal of Applied Social Psychology* nº 16, p. 3-15.
- NATHANSON, A. I. (2004). Factual and Evaluative Approaches to Modifying Children's Responses to Violent Television. **En:** *Journal of Communication*. 54(2), 321-336.

- NATHANSON, A. I. (2002). The Unintended Effects of Parental Mediation of Television on Adolescents. **En:** *Media Psychology*, Vol 4, no. 3, p. 207-230.
- OROZCO, G. (1998). *La televisión entra al aula*. México: Fundación SNTE.
- PASCUAL, J. (1989) Movimientos sociales y juveniles dentro del cambio estructural de Euskal Herria en el período actual. **En:** AA.VV *Identidades colectivas y vida cotidiana*. Madrid: Federación de Asociaciones de Sociología del Estado español.
- RIVERA, A. (1998). Tradición, manipulación y actualidad de la violencia en Vasconia. **En:** *Vasconia, Cuadernos de Historia-Geografía*, nº 26, Leioa: EHU-UPV.
- ROBERTS, D.F.; FOEHR, U.L. (2004). *Kids & Media in America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- RUIZ OLABUENAGA, J. I. (1994). Ni rebeldes, ni narcisos (Estilos de vida y juventud). **En:** *Inguruak, Revista de Sociología* nº 10. Leioa: EHU-UPV 1994, p-187-197.
- SÁNCHEZ-BRAVO, A. (1991). Educomunicación. **En:** Benito, A. (ed.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.