

El hogar como escenario de comunicación multipantalla. Percepciones, usos y estrategias de mediación

Teresa Torrecillas Lacave – Universidad San Pablo CEU – teresat@ceu.es

Laura Monteagudo Barandalla – Universidad San Pablo CEU –
lau.monteagudo@ceindo.ceu.es

Abstract: En esta comunicación avanzamos resultados preliminares de una investigación orientada a analizar el papel de los padres en el proceso de inclusión digital de los hijos, en el marco del proyecto “Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados¹”. El objetivo concreto desarrollado en este artículo, después de hacer un recorrido por los antecedentes, es avanzar resultados sobre: 1.- Características del escenario mediático en el que se desenvuelven los hijos en el hogar y uso de internet y; 2.- Características de la mediación parental desplegada en los hogares. Para cumplir con estos objetivos se ha hecho una encuesta a menores escolarizados de Madrid y a sus padres y grupos de discusión con padres. Este artículo pretende ser una aportación a los Estudios de Recepción en contextos familiares multipantallas como uno de los retos más importantes que tiene frente a sí la investigación en educomunicación.

Keywords: Nuevas tecnologías; servicios digitales; internet; educación mediática; familias; mediación parental; alfabetización mediática; medios de comunicación.

¹ En la comunicación se exponen resultados del proyecto “Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados”.

1. Introducción

Desde la investigación en el ámbito académico, las líneas están orientadas a difundir un uso seguro de Internet por parte de los menores a partir de la alfabetización digital (Ferrés, Aguaded y García Matilla, 2012; Pérez Tornero y Varis, 2012; Pérez Tornero, 2015), único camino para el empoderamiento de una sociedad cada vez más mediada por las nuevas tecnologías y de jóvenes prosumidores e hiperconectados que necesitan competencias mediáticas para actuar con criterio y responsabilidad en la actual sociedad digital (Marta Lazo y Grandío López, 2013).

En este sentido, este artículo pretende ser una aportación a los Estudios de Recepción en contextos familiares multipantallas y a la mediación familiar como uno de los retos más importantes que tiene frente a sí la investigación en educomunicación, por ser una de las vías más importantes para la inclusión digital de los menores.

El objetivo concreto de esta comunicación es, después de hacer un recorrido por los antecedentes, avanzar resultados preliminares de una investigación mucho más amplia encaminada a analizar el papel de los padres en la educomunicación de los hijos. Esta investigación se ha desarrollado en el marco del proyecto Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados. Además se pretende incidir en la importancia de los padres en la educomunicación de los hijos.

La hipótesis que sustenta esta línea de investigación es que las distintas formas de recepción multipantalla de menores escolarizados está condicionada por el modo en el que los distintos agentes con responsabilidad en la protección de los menores (estado, colegio y padres) crean oportunidades educativas para una producción y consumo de contenidos digitales enriquecedora. Concretamente en el proyecto tratamos de dar respuesta a la hipótesis de que los estilos de mediación en contextos multipantalla están condicionados por la percepción que tengan los padres sobre la importancia de las TIC para el desarrollo y la socialización de los hijos y por el grado de conocimiento que tengan sobre los servicios y herramientas de Internet. En esta comunicación no pretendemos verificar ninguna hipótesis sino avanzar

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

algunos resultados generales extraídos del análisis de encuestas y grupos de discusión sobre 1.- Características del escenario mediático en el que se desenvuelven los hijos en el hogar y uso de internet y; 2.- Características de la mediación parental desplegada en los hogares.

La educación mediática se entiende desde una perspectiva holística que trasciende la mera capacitación para la utilización de las tecnologías para acceder a la información o producirla –dimensión que precisamente los menores tienen bien asimilada- y que abarca la asimilación de la dimensión social de su uso a la hora de comprender los sentidos y significaciones propuestos por los textos mediáticos y las repercusiones y responsabilidad de la creación y difusión de contenidos: lectura y creación de contenidos desde una perspectiva crítica y funcional (Gutiérrez y Tyner, 2012: 33). Como afirman Orozco, Navarro y García Matilla (2012: 70), el desafío consiste en convertir a las audiencias más o menos activas en usuarios en el momento en el que la interactividad trasciende la mera reacción a un estímulo y es fruto de una elaboración cognitiva, consciente y de decisión. La educación mediática persigue una formación integral (Aguaded, 2010: 63) que potencie la excelencia personal, la autonomía de los ciudadanos y el compromiso social y cultural que pasa por el fomento de una participación crítica en el ciberespacio (Kendall y McDougall, 2012: 21). La alfabetización digital es, por tanto, una necesidad de la ciudadanía democrática; se concibe como un derecho –tal y como queda reflejado en la Ley General Audiovisual 2011, en su artículo 6.4- necesario para el progreso y evitar desigualdades (Area, 2012: 28).

Los padres, al margen de todas las políticas que pueda implementar el estado para garantizar el derecho a la alfabetización mediática, o a la proyección de esta materia en los centros educativos, son los principales responsables de la inclusión digital de sus hijos porque el hogar es el lugar común de uso de Internet y porque los padres son el primer punto de contacto que los menores encuentran cuando tienen dificultades online (Livingstone y Bober, 2006).

En la literatura científica reciente se encuentra abundancia de trabajos sobre mediación parental en contextos televisivos (Valkenburg al., 1999; van der Voort al., 1992). Como afirma Livingstone y Helsper las estrategias se pueden

clasificar en tres grandes grupos: “Active mediation consist of talking about media content while the child is engaging with the mediun; restrictive mediation involves setting rules that restrict use of the médium; and co-using signifies that the parent remains present while the child is engaged with the medium” (2006: 4). En el ámbito español, un trabajo publicado fruto de investigaciones precedentes de este equipo, destaca la existencia de cuatro estilos de mediación condicionados por la posición de la familia en la estructura social: autocontrol, heterocontrol, control y descontrol (Torrecillas, 2013). De todos éstos, el estilo de mediación predominante en los hogares es el de heterocontrol, “caracterizado por un alto grado de intervención en las relaciones de los hijos y el medio dado por normas parciales que surgen de momentos de control y covisión y que giran alrededor de los tiempos de consumo, los contenidos que consideran inadecuados por sexuales o violentos y los formatos como *realities* o programas del corazón” (Torrecillas, 2013: 41-42).

En contextos multipantallas hay muy poca acumulación de conocimiento. Entre los más recientes publicados en nuestro país destaca el desarrollado por Garmendia, *et al.* que destaca la amplia difusión de estrategias activas basadas en el diálogo y la orientación frente a las estrategias restrictivas basadas en normas (2013: 112). El trabajo de Pérez Sánchez constata que el uso intensivo de internet y videojuegos es predictivo del tipo de mediación permisiva, más presente en escuelas privadas y en niños de mayor edad, que además son más proclives a riesgos asociados al uso de redes sociales (2013). El trabajo de Aierbe, Orozco y Medrano, con muestra española y latinoamericana, pone de manifiesto que el estilo de mediación más percibido por los adolescentes es el *co-viewing*, seguido por el *instructivemediation* y finalmente por el *restrictivemediation* (93-94: 2014).

2. Diseño metodológico

Para cumplir los objetivos del proyecto se ha utilizado una triangulación de técnicas cuantitativas y cualitativas: encuesta y grupos de discusión. Se han

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

realizado dos grupos de discusión desarrollados con padres con menores escolarizados de la Comunidad de Madrid.

Para el desarrollo de los grupos el equipo investigador elaboró una guía de discusión a partir de los resultados previos obtenidos en la fase cuantitativa mediante encuesta.

El universo de la muestra está constituido por familias urbanas con menores escolarizados de la Comunidad de Madrid.

El diseño muestral intencional es el siguiente:

- Grupo 1: Padres y Madres de hijos e hijas que cursen 2º Primaria o 5º Primaria
 - Edad: 50% mayores de 45 años y 50% menores de 45 años
 - Niños/niñas: 50% padres/madres de hijos y 50% padres/madres de hijas
 - Sexo: 50% hombres y 50% mujeres
 - Titularidad del colegio: 50% público y 50% privado/concertado.
 - Estatus socioeconómico: 13% Clase media alta; 50% clase media-media y clase 38% media baja.
- Grupo 2: Padres y Madres de hijos e hijas que cursen 2º ESO o 1º Bachillerato
 - Edad: 50% mayores de 45 años y 50% menores de 45 años
 - Niños/niñas: 50% padres/madres de hijos y 50% padres/madres de hijas
 - Sexo: 50% hombres y 50% mujeres.
 - Titularidad del colegio: 50% público y 50% privado/concertado.
 - Estatus socioeconómico: 13% Clase media alta; 50% clase media-media y clase 38% media baja.

Cada uno de los grupos está compuesto por 8 individuos. Hemos utilizado un criterio de representatividad sustantiva con el objeto de cubrir la variedad de las situaciones sociales, más que el reproducir sobre una escala reducida las características de la población. El punto de partida es el individuo; el criterio está centrado en el sujeto y no en las variables.

Los grupos se desarrollaron el 22 de junio de 2016, tuvieron una duración de 2 horas, fueron visionados en directo por los técnicos participantes, grabados, las conversaciones fueron transcritas y toda la información procesada en fichas de procesamiento general y local y posteriormente analizada.

El universo de la encuesta ha sido: colegios de Madrid. La población: menores

escolarizados en Madrid y padre o madre de los menores encuestados. El muestreo ha sido polietápico estratificado por conglomerados. Se ha realizado un muestreo de conglomerados estratificado por niveles de enseñanza y tipología de centro educativo (privado/concertado o público). En el caso de los centros públicos, el nivel de renta del distrito es otro atributo de segmentación (por encima de la media, en la media o por debajo de la media del municipio de Madrid Capital). Mediante muestreo aleatorio simple se ha seleccionado un colegio por estrato: Un total de 9 colegios. 3 colegios privados concertados y 6 colegios públicos. Se seleccionan aleatoriamente en cada uno de los centros dos clases de 3º de infantil, 2º de primaria, de 5º de primaria, de 2º de la ESO y 1º bachillerato (n= 840 hijos y 840 padres).

3. Resultados

En esta comunicación avanzamos los principales resultados del desarrollo del proyecto, concretamente los relativos a las características del hogar como escenario de consumo; uso de servicios digitales y mediación parental.

3.1 Características del hogar como escenario de consumo

La investigación cualitativa arroja resultados que permiten dibujar el hogar como un escenario hiperconectado, con una fuerte presencia de dispositivos tecnológicos tanto por su situación predominante en el escenario como por diversidad y número.

Los dispositivos predominantes son las *tablets* y móviles, seguidos de ordenadores de sobremesa, portátiles y videoconsolas de juegos siendo los libros electrónicos y las *SmartTv* las menos frecuentes.

El dispositivo por excelencia con mayor poder de atracción para todos los miembros de la familia es la *tablet*. Se trata del dispositivo que los hijos adquieren a edades más tempranas (a partir de los 3 años).

Se tiende a tener más de una *tablet* en aquellos hogares con más de un hijo.

El *smartphone* es otro dispositivo prioritario en hogares hiperconectados fundamentalmente en la pre-adolescencia y adolescencia y también para los padres. Es habitual que en los hogares cada miembro disponga de un terminal

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

móvil; pero, éste difiere en prestaciones y usos en función de la edad y el uso que cumpla en cada momento vital. En menores de 10-12 años la mayoría de los terminales son heredados.

Los resultados cuantitativos ponen de manifiesto que el grado de equipamiento tecnológico de los hogares es en general muy elevado. Si atendemos al uso de dispositivos tecnológicos para acceder a internet en el hogar por parte de los menores, se verifica el hecho de que el dispositivo más utilizado es el teléfono móvil en un 88% de los casos, seguido de la tableta en un 76%. Un 66% afirma acceder a internet a través del portátil frente a un 36% que utiliza el ordenador de sobremesa. Es significativo el hecho de que cuanto más pequeños (primaria) son los niños mayor uso hacen de tabletas para acceder a internet frente al móvil que es el dispositivo principal de los más mayores (secundaria y bachillerato).

En cuanto al equipamiento de uso autónomo para acceder a internet un 60,1% de los menores cuentan con un grado de equipamiento medio o alto, es decir, tienen para uso personal por lo menos 2 dispositivos tecnológicos con acceso a internet. Es significativo el hecho de que los niños cuentan con un mayor grado de equipamiento que las niñas. También es significativo que aumenta el grado de equipamiento tecnológico para uso autónomo con el salto de primaria a secundaria.

El 99% de los menores de primero de bachillerato tienen teléfono móvil con acceso a internet y el 96% en el caso de alumno de ESO. En primaria el porcentaje cae hasta el 41% de los casos, cifra que no deja de ser elevada. Situamos, por tanto, en los 12-13 la edad de acceso al móvil con internet de uso autónomo.

Si observamos los datos de niños más pequeños, los resultados son llamativos: el 58,9% de los niños de 7 años afirman tener una tableta exclusivamente para ellos, al igual que el 76,8% de los niños de 10 años. El 41,5% de los niños de 10 años tiene su propio *smartphone*.

Llama la atención que el 95,3% de los niños de 7 años usa el móvil, ordenador o tableta para jugar a juegos. En el caso de los niños de 5 años, el 85,4% afirma que utiliza el móvil o tableta de sus padres para jugar, ver videos o

escuchar canciones. A los 5 años ya prefieren ver dibujos animados en la tableta antes que en la TV y prefieren la tableta al cuento. Lo que nos hace concluir que el contacto con las TIC es cada vez es más temprano.

Por otro lado, destaca el uso intensivo de las TIC en niños entre 11 y 18 años. El estudio arroja que los 10 años es la edad a la que los menores empiezan a utilizar internet a diario: el 21,6% de los niños de 7 años entra en internet todos o casi todos los días, cifra que asciende al 79% en los mayores de 10.

3.2 Mediación familiar

El estudio cualitativo puso de manifiesto que el debate nativo-inmigrante digital hoy en día, especialmente cuando hablamos de padres menores de 45 años, no tiene sentido: hoy tanto los padres como los hijos están inmersos en la cultura digital, sin embargo la brecha que observamos en la actualidad no tiene tanto que ver con el acceso a los servicios digitales sino con el tipo de uso que hacen padres e hijos de las tecnologías; lo que condiciona experiencias mediáticas diferentes.

En este sentido, en el ámbito educativo no se percibe que existan barreras tecnológicas que impidan que los padres puedan ayudar y colaborar en las tareas escolares de sus hijos, siendo lo habitual.

En cuanto a las estrategias de mediación, se han percibido tres comportamientos predominantes:

- Control de los contenidos en los diversos dispositivos así como de los historiales.
- Control de los horarios de uso: Los padres son más permisivos los fines de semana y más inflexibles los días de colegio.
- Compartir la navegación: Se trata de una medida de control alternativa, menos jerárquica e invasiva de la intimidad, que implica la vigilancia directa de los contenidos en los dispositivos móviles de adolescentes y preadolescentes. Participando de una misma filosofía, hay padres que comparten con sus hijos la misma clave de acceso o contraseña en todas las aplicaciones y dispositivos del hogar.

Estas medidas de mediación en muchos casos implican conflictos en el hogar que se resuelven con la negociación y fundamentalmente los padres apelan al rendimiento escolar como moneda de cambio.

En la investigación cuantitativa los resultados avalan el estudio preliminar. Es significativo el dato que constata que los hijos son perfectamente conscientes de que a los padres les preocupa lo que hacen en internet: un 93% de los hijos afirma que los padres se preocupan por lo que les pueda pasar en internet. En torno al 80% afirman haber recibido consejos y alrededor del 60% reconocen que hablan con sus padres sobre preocupaciones, riesgos y oportunidades en la red. Las cifras bajan cuando se trata de una participación más directa de los padres en la experiencia mediática de los hijos: un 40% afirma recibir recomendaciones de sitios; un 40% reconoce recibir ayuda para tareas escolares en la red y solo un 30% pide opinión a los padres antes de subir determinados contenidos personales a la red. El 82% afirma que los padres están nada o poco pendientes del uso que hacen los hijos de internet.

En cuanto a normas y órdenes concretas en momentos puntuales, el 51% afirma tener normas claras siempre o casi siempre, frente al 46% que afirma no tenerlas nunca o casi nunca. 54% afirma recibir la orden explícita de apagar el ordenador o dejar el móvil cuando los padres se percatan de que los hijos llevan demasiado tiempo en internet; en cambio, en relación al tipo de uso o contenidos a los que los hijos acceden, los menores solo reciben orden de apagar el ordenador o dejar el móvil en un 21% de los casos, en consonancia con el escueto 20% de hijos que afirman que los padres están pendientes de lo que hacen en internet.

Es significativo el dato de que los hijos, en un 80% de los casos, han enseñado a los padres a hacer algo en internet. Cerca del 9% afirma que la información, consejos o sugerencias que los padres han trasladados a los hijos han sido de interés, sobre todo en el caso de las niñas.

4. Conclusiones

Los resultados preliminares expuestos en esta comunicación avanzan las líneas principales de lo que puede ser un diagnóstico global del papel de los

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

padres como agentes de mediación en el uso y consumo de tecnologías por parte de los hijos. Las características del hogar como escenario de consumo dependen directamente de la capacidad y voluntad que tengan los padres de convertir a los hogares en escenarios educativos que propicien una inclusión digital mediada por los propios padres, a lo que hay que sumar las estrategias específicas de mediación parental ejercidas en el hogar.

Aunque en esta comunicación solo se han avanzado resultados muy generales y falta un estudio en mayor profundidad que incluya un análisis más exhaustivo del material cualitativo y un procesamiento multivariable causal y explicativo más riguroso de los datos cuantitativos, que de respuesta a la hipótesis planteada en el proyecto, sí podemos avanzar algunas conclusiones preliminares :

- Alto índice de hogares hiperconectados, es decir aquellos en los que hay más de tres aparatos con conexión a internet. Es habitual que cada miembro de la familia tenga un dispositivo con acceso a internet, incluidos los más pequeños de la casa (varia el tipo de dispositivo, las prestaciones y las normas o rutinas de uso).
- Predominio de dispositivos de uso autónomo y en movilidad (tabletas y *smartphone*).
- Acceso temprano a dispositivos tecnológicos. El estudio cualitativo sitúa en los 3 años el acceso a la tableta. El 76% de los niños de 10 años y el 60% de los de 7, tienen tableta propia. Cerca del 100% de los niños de 1º de bachillerato tienen móvil propio, más del 95% de los niños menores de ESO, lo tienen, y un 40% en el caso de niños de 10 años.
- En niños de entre 11 y 18 años el uso de TIC es intensivo. El estudio arroja que los 10 años es la edad a la que los menores empiezan a utilizar internet a diario: los 21,6% de los niños de 7 años entra en internet todos o casi todos los días, cifra que asciende al 79% en los mayores de 10.
- Hay gran preocupación por parte de los padres sobre los problemas que los hijos puedan tener en internet, pero otra cosa es su papel como agentes de mediación.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

- La inclusión digital de padres e hijos en hogares hiperconectados es una realidad. La brecha generacional tecnológica (de destreza de uso y acceso) se ha transformado en una brecha de uso determinada por las diferentes experiencias mediáticas de padres e hijos.
- Las estrategias de mediación se limitan al control del contenido, los horarios de uso y compartir la navegación.
- Aunque en los hogares padres e hijos hablan sobre internet y los hijos reciben consejos generalizados, los datos parecen sugerir (cuestión que se estudiará más a fondo) que los padres no tienen estrategias de mediación sólidas, y predominan órdenes improvisadas cuando los padres se percatan fundamentalmente de que los hijos llevan demasiado tiempo delante de la pantalla.

El indiscutible protagonismo de las tecnologías de la conectividad en los hogares, el consecuente incremento en el consumo y producción de contenidos digitales por parte de los hijos y, sobre todo, la importancia de estas tecnologías para fomentar el desarrollo de una juventud cada vez más democrática, activa, participativa y con conciencia crítica, sitúa a los padres como agentes con gran responsabilidad en el proceso de inclusión digital de los menores.

La respuesta a las dudas que tienen los padres sobre cómo participar en la educación digital de los hijos y favorecer hogares multipantalla responsables pasa por conocer muy bien a estas nuevas generaciones y sus hábitos de comunicación y acceso a la información; conocer muy bien el medio y sus oportunidades y riesgos; y ejercer una mediación activa basada en la formación y en la participación activa en la experiencia digital de los hijos.

Los resultados preliminares apuntados en esta comunicación parecen apuntar hacia la necesidad de promover una mayor concienciación entre los padres sobre la responsabilidad que tienen en la construcción de hogares que sean escenarios educativos en el proceso de inclusión digital de los menores.

5. Bibliografía

- A. Airebe; G. Orozco; C. Medrano (2014). "Family context, televisión and perceived values. A cross-cultural study with adolescents". *Comunicación y Sociedad*, v. 27, n. 2, pp. 79-99.
- M. Garmendia; M.A. Casado; G. Martínez; C. Garitaonandia (2013). "Las madres y padres, los menores e internet. Estrategias para la mediación parental en España". *Doxa*, n. 17, pp. 99-117.
- S. Livingstone; M. Bober (2006). "Regulating the Internet at home: Contrasting the perspectives of children and parents". En: Buckingham, David y Willett, Rebekah (Eds.). *Digital generations*, pp. 93-113. Mahwah, NJ: Laurence Erlbaum Associates, Inc. ISBN: 0805859802
- S. Livingstone; E. Helsper (2008). "Parental mediation of children's internet use". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 52, n. 4, pp. 581-599.
- J.L. Aguaded Gómez (2010): "La educación para la comunicación. Nueva alfabetización para un mundo global", en Del Moral, María Ester (coord.): *Televisión: desarrollo de la creatividad e infancia*. Barcelona, Octaedro, pp. 55-70.
- M. Area (2012): "Alfabetización en la sociedad digital", en Area, Manuel, Gutiérrez, Alfonso y Vidal, Fernando: *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Madrid, Fundación Encuentro y Fundación Telefónica, pp. 3-43.
- A. Gutiérrez y K. Tyner (2012): "Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital". *Comunicar*, nº 38(19), pp. 31-39.
- S. Livingstone y E. Helsper (2008): "Parental mediation and children's Internet use". *Journal of Broadcasting and electronic media*, nº 52(4), pp. 581-599.
- C. Marta Lazo y M. Grandío (2013): "Análisis de la competencia audiovisual de la ciudadanía española en la dimensión de recepción y audiencia". *Communication and Society* nº 26(2), pp. 114-130.
- G. Orozco, E. Navarro y A. García Matilla (2012): "Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias". *Comunicar*, nº 38, pp. 67-74.
- J.M Pérez Tornero y T. Varis (2012): *Alfabetización mediática y nuevo*

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

humanismo. Barcelona, Editorial UOC.

J.M Pérez Tornero (2015): “La emergencia de la alfabetización mediática e informacional Un nuevo paradigma para las políticas públicas y la alfabetización”. *Telos Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº 100, pp. 99-102.

P. Valkenburg, M. Krcmar, A. Peeters y N. Marseille (1999): “Developing a scale to assess three styles of television mediation: instructive mediation, restrictive mediation, and social covieing”. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, nº 43(1), pp. 52-67.

T. Van Der Voort, P. Nikken y J.E Van Lil (1992): “Determinations of parental guidance of children´s television viewing: A Dutch replication study”. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, nº 36, pp. 61-74.

R. Pérez Sánchez (2013). *Infancia, socialización y TIC*, en *Informe PROSIC 2013. Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. PROSIC, Costa Rica, pp. 343-368.

A. Kendal y J. Mcdougall (2012): “Alfabetización mediática crítica en la postmodernidad”. *Comunicar*, nº 38, pp. 21-29.

J. Ferres Prats, J.L Aguaded y A. García Matilla (2012): “La competencia mediática de la ciudadanía española: dificultades y retos”. *Icono 14*, nº 10 (3), pp. 23-42.

* Comunicación presentada en el marco del Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital. PROVULDIG-CM. Ref: S2015/HUM-3434. Cofinanciado por la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.