

**UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

TRABAJO DE FIN DE GRADO



**GRADO EN PERIODISMO
CURSO ACADÉMICO 2019-2020**

**EDUCAR EN ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA PARA LA NUEVA
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

AUTORA

Ángela López Carballo

TUTORA

Lorena Rosalía Romero Domínguez

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 2 |
| 1.Origen y desarrollo de la Alfabetización Mediática | 2 |
| 1.1 Contexto de la alfabetización mediática | 3 |
| 1.2 ¿Qué es la Alfabetización Mediática?..... | 8 |
| 1.3 Desarrollo de la alfabetización mediática a través de la educación..... | 11 |
| 2.Uso de las competencias mediáticas a nivel europeo | 15 |
| 3.Alfabetización mediática en el contexto educativo español | 24 |
| 3.1 La competencia mediática en el profesorado español..... | 27 |
| 3.2 Nivel de alfabetización mediática en el alumnado | 32 |
| 4.Construcción de la ciudadanía digital a través del uso de las TIC | 35 |
| 5.Alfabetización mediática en Andalucía: Estudios de caso | 38 |
| 5.1 Asociación de la Prensa de Sevilla | 38 |
| 5.2 Consejo Audiovisual de Andalucía..... | 40 |
| Conclusiones | 43 |
| Bibliografía | 43 |

Resumen

El presente trabajo refleja la relación que guarda la educación con los medios de comunicación en la actual sociedad de la información y el papel que ejerce esta educación tanto en la integración de los medios en el currículo escolar como en la alfabetización digital necesaria para el siglo XXI. Se parte del contexto de la alfabetización mediática destacando el papel de la UNESCO, cuyo objetivo es introducirla en los currículos para profesores y evitar que la sociedad sea manipulada mediante la saturación informativa. A lo largo de las décadas, se han buscado posturas integradoras para la alfabetización mediática y digital en los sistemas educativos internacionales. En el contexto educativo español la alfabetización mediática presenta un nivel medio, por lo que necesita un mayor protagonismo tanto en el ámbito legislativo como en el educativo. Así pues, la alfabetización digital también recobra verdadera importancia en la rutina de los jóvenes, provocando que estos alcancen una postura de participación activa frente a los medios. El objetivo de este trabajo es mostrar a la ciudadanía la importancia de introducir la educación en medios en los currículos escolares, con el fin de formar tanto al profesorado como a los alumnos para que estos últimos adquieran competencias mediáticas, informacionales y digitales adoptando una postura crítica y activa frente a la información que reciben por parte de los medios de comunicación.

Abstract

This research reflects the relation between education and media in the current information society and the role that education plays in the introduction of media education in the school curriculum and in the digital literacy that is required in the 21st century. The starting point is the media literacy context underlining the UNESCO's role, whose objective is the introduction of it in teachers' curriculum to avoid a manipulated society as a result of information overload. Along decades, integrating stances both for media and digital literacy have been searched in different international education systems. In the Spanish educational context, media literacy only presents a middle level, so it is necessary to reach a higher profile in educational and legislative areas. In this way, digital literacy recovers a real importance also in young people's routine. It is important for young people to become active participants towards media. The objective of this research is to show citizens the importance of introducing media education in the school curriculum, with the purpose of educating faculty and students in order to get media, informational and digital

competences with a critical and active stance towards the information that they receive from the media.

Palabras Clave

Alfabetización mediática; alfabetización digital; competencia mediática; competencia informacional; competencia digital; medios de comunicación online; educación en medios; pensamiento crítico; sociedad de la información.

Key Words

Media literacy; digital literacy; media competence; informational competence; digital competence; online social media; media education; critical thought; information society.

Introducción

La influencia que poseen los medios de comunicación en nuestra sociedad es algo de lo que todos somos conscientes y, por ello, es necesaria una educación que los tenga en cuenta, puesto que, según Area (1998: 47): “ante los efectos sociales y culturales de los medios de comunicación de formación que el alumnado recibe en el sistema escolar de nuestro país es casi inexistente y en muchos casos inadecuada”. Esta necesidad de una educación en el ámbito mediático proviene de la cantidad de información que recibimos diariamente por parte de los medios, lo que hace que sea más fácil para estos influenciar en la ciudadanía.

Además, los medios de comunicación, en ocasiones, pasan por alto la importancia de reflejar objetividad. Esto hace que, junto al poder de difusión y la capacidad de influencia tan inmensa que poseen, se conviertan en un instrumento perfecto para inculcar ideologías. Por esta saturación informativa, inculcación ideológica y por ejercer su influencia como empresas de concienciación originando un aumento de la manipulación, podemos justificar la importancia de una educación en los medios de comunicación social.

1. Origen y desarrollo de la Alfabetización Mediática

Podemos plasmar un término que, a pesar de su valor en una sociedad protagonizada por medios como la televisión, la radio o Internet, aún sigue siendo un gran desconocido en el ámbito educativo, como es la Alfabetización Mediática. Según Yacine Ait Kaci (YAK) creador de Elyx, el Centro Regional de Información de las Naciones Unidas (UNRIC), y

la Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos (OACDH), la Declaración Universal de los Derechos Humanos es el documento que hace referencia a lo que está bien y lo que está mal, brindando a los ciudadanos este documento como instrumento en la lucha contra la opresión, la impunidad y las deshonras a la dignidad humana.

Una vez conocemos la utilidad de este documento fundamental, debemos destacar el artículo 19 de este, que refleja lo siguiente: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. Esta mención de dicho artículo hace que se entienda la importancia y utilidad de la alfabetización mediática, pues esta ofrece a los ciudadanos la capacidad que necesitan para disfrutar de los beneficios que aporta este derecho humano fundamental en la sociedad.

1.1 Contexto de la alfabetización mediática

Antes de conocer el término de alfabetización mediática, su repercusión en la sociedad actual y, sobre todo, cómo se emplea en el ámbito educativo, debemos conocer los antecedentes de este, realizando una contextualización para entender su origen y su evolución a lo largo del tiempo.

Los medios de comunicación tienen una gran relevancia en el mundo en que vivimos. La mayoría de la sociedad no sabría concebir una rutina sin poder mirar la televisión, informarse a través de los periódicos, escuchar la radio o documentarse a través de los medios online de los que disponemos en la actualidad. A medida que han ido evolucionando y modernizándose dichos medios, esto ha ido provocando que cada vez sean más niños y niñas los que pasen más tiempo alimentándose consciente o inconscientemente de los medios de comunicación que siendo productivos en la escuela. Sin embargo, el estar en continuo contacto con los medios de comunicación puede parecer un riesgo, pero está en manos de la ciudadanía el aceptar el poder e impacto que provocan y tomarlos como un instrumento cultural que está a nuestra disposición.

Lo que deberíamos preguntarnos es: ¿está educada la sociedad como para saber recibir de manera correcta la información que nos llega por parte de los medios? ¿Sabremos interpretarla con claridad? Aquí es donde entraría en acción esa educación de la que hablamos, la que se necesita desde el primer momento en el que los infantes entran en

contacto con materia desconocida. Crecer con una educación sobre los medios de comunicación es lo que provocaría una comprensión de estos y un aprendizaje en cuanto a recibir información sin malinterpretaciones ni influencias de ningún tipo. Sin embargo, tampoco debemos subestimar el poder de los medios y la influencia que ejerce sobre nuestra identidad cultural la circulación de información, ya que es algo inevitable.

Debido a la necesidad de educar en comunicación y ofrecer un aprendizaje de recepción de mensajes más activo, surge el primer acto comunicativo e institucional promovido por parte de la UNESCO en Alemania en enero de 1982, llamado la Declaración de Grunwald, en la que un grupo de profesores, comunicadores e investigadores de 19 países diferentes se reunieron para subrayar la importancia de los medios de comunicación en las sociedades del mundo y la necesidad de propagarla en el ámbito educativo a todos los niveles. Este aspecto destacado en la Declaración de Grunwald es lo que refleja la alfabetización mediática, solo que dicha declaración tiene como objetivo ofrecerla mediante un desarrollo crítico, que la ciudadanía adquiera una conciencia crítica frente a los medios de comunicación.

Dentro de los logros que consiguió la Declaración de Grunwald, destacó una nueva reunión en junio de 2007, también promovida por la UNESCO, en la que dos de las vertientes fundamentales de esta aluden a la conciencia crítica anteriormente comentada:

- Que los medios de comunicación participen en la vida democrática y que sirvan como ayuda para entender la sociedad.
- Alentar a la población a un crecimiento de su creatividad e interactividad empleando las diferentes áreas de los medios de comunicación.

Al igual que la Declaración de Grunwald promulgó el término de alfabetización mediática, han sido muchas las iniciativas que han seguido los pasos de esta para mejorar la educación en medios y favorecer su expansión.

Una de estas iniciativas fue el Proyecto “Medios de Comunicación y Educación” de la Organización de Estados Iberoamericanos de 1994. Este proyecto, presentado por la revista Comunicar 3 (1994: 105), es “un intento de mejorar la escuela mediante el establecimiento de una nueva práctica pedagógica basada en el uso de los ‘media’ para la formación de receptores críticos”. Para que esta iniciativa se llevase a cabo, es necesario lograr la integración de la pedagogía con la comunicación, actuando como herramienta para mejorar las relaciones docente-alumno y escuela-comunidad.

Por otro lado, tal y como nos relata María Amor Pérez Rodríguez (2007: 123), en 2003 se organizaba un Congreso llamado ‘Luces en el laberinto audiovisual’ en el que se exponía la necesidad de que se aceptara la educación para los medios con el objetivo de fomentar la creatividad individual, hacer crecer los valores de las sociedades democráticas e impulsar un pensamiento crítico, desde el respeto a las minorías y con la consideración de los nuevos contextos sociales, culturales, geopolíticos y ambientales que afectan a este mundo globalizado.

Finalmente, la UNESCO, en el año 2005 publicó el informe *Hacia las sociedades del conocimiento*, proponiendo una nueva perspectiva social moviendo a primer plano la concepción cultural y dejando a un lado las tecnologías. En ese momento, esta institución propone el concepto de alfabetización mediática e informacional y la define como vía de acceso a las sociedades del conocimiento.

Para conocer un poco más a fondo el origen del término de alfabetización mediática sería conveniente comenzar conociendo a uno de los considerados fundadores de este término por parte de muchos educadores: Len Masterman. Este autor fue profesor en la Universidad de Nottingham y una de las primeras personas en proponer el estudio de los medios de comunicación en las escuelas. La publicación de los primeros libros innovadores de Masterman sobre la educación basada en los medios de comunicación, como son “Enseñando acerca de la televisión” (1980) y “Enseñando los medios” (1985), provocó el asentamiento de las bases de la alfabetización mediática para estudiantes de forma sistemática. Len Masterman tenía una idea en mente sobre los medios de comunicación, la cultura y la educación:

El problema era el siguiente: si usted está estudiando la televisión, entonces, en las semanas siguientes, podría estar viendo noticias, documentales, deportes, publicidad, telenovelas, etc. ¿Cómo es posible el estudio de tan amplia gama de temas, de una forma enfocada y disciplinada? Supongo que el gran paso adelante fue reconocer una obviedad: que lo que en realidad estábamos estudiando era la televisión y no sus contenidos temáticos. Es decir, que no estábamos en realidad estudiando el deporte o la música o las noticias o el documental. Estábamos estudiando las representaciones de estas cosas. Estábamos estudiando las formas en que estos sujetos estaban siendo tanto representados y simbolizados, como empaquetado por el medio” (Masterman, 2010: 66).

Esta idea llevó a Masterman a una conclusión que hacía distinguir la alfabetización mediática de otras disciplinas. Según este autor, el principal concepto que extrae de este término es el de la representación. Estos medios no reflejan la realidad, sino que realizan una representación del mundo. Por ello, se define a los medios de comunicación como sistemas de signos simbólicos que deben ser descifrados. Sin este precepto, la alfabetización mediática no sería posible.

Sin embargo, no debemos pasar por alto que el término de alfabetización mediática surge a partir del mundo cinematográfico. Al igual que hemos mencionado como una de las personas más destacadas en cuanto a este término se refiere, debemos recalcar como primer líder del movimiento de la alfabetización mediática a Francia, el país del arte cinematográfico. Según refleja el profesor del Instituto Pedagógico Estatal de Taganrog, Rusia, Alexander Fedorov (2011: 8), a comienzos de los años 20 nacieron en París la iniciativa de los clubs de cine con el objetivo de formar a la sociedad. Poco después, en 1922, se celebró en el país la primera conferencia de los departamentos de educación cinematográfica, donde se presentó la idea de que los educadores se formasen sobre cinematografía en las universidades, lo que provocó a su vez que muchas instituciones educativas diesen pie al movimiento de jóvenes periodistas. Pero este progreso de la educación mediática en Francia tuvo una gran suspensión por parte de la ocupación nazi, aunque este volvió a resurgir a partir de 1945.

A partir de este recorrido por la historia de la aparición del término alfabetización mediática desde el ámbito cinematográfico, debemos señalar también que la alfabetización mediática no solo surgió del cine y pasó a ser lo que entendemos hoy en día, sino que tuvo otros antecedentes que hicieron que este término evolucionase y posea la importancia que posee en la actualidad.

Para poder acercarnos a los medios de comunicación desde un punto de vista crítico, tal y como refleja la alfabetización mediática, hacemos referencia también a los cuatro enfoques diferentes que reconoce Len Masterman para la enseñanza de los medios de comunicación: moral, cultural, semiótico y autonomía crítica, que es a lo que nos referimos cuando hablamos de alfabetización mediática. Por ello, debemos dar a conocer la conexión que tiene la semiótica con este término.

La semiótica comienza a aplicarse a principios de los 80 en la enseñanza audiovisual. Según la Real Academia Española, se define como la teoría general de los signos. Para poder entender su relación con la alfabetización mediática, podemos referirnos a lo que

relata Sonia Madrid, doctora en lingüística e investigadora de este campo, la cual afirma que “la finalidad de la semiótica es estudiar todos los procesos culturales, es decir, todos aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales” (Madrid, 2005: 137). La intención de esta ciencia conocida como semiótica es enseñar a reconocer las intenciones persuasivas de los mensajes que nos llegan por parte de los medios de comunicación y que debemos recibir de manera activa. A partir de este reconocimiento de la semiótica, debemos mencionar a Umberto Eco, ya que este autor, definido como “el renovador de la semiótica”, hace hincapié en que el significado de un término, desde el punto de vista de dicha rama, es una unidad cultural, la cual puede ser comprendida de diferentes maneras según el tiempo y las circunstancias sociales en las que nos encontremos. Por ello, se dice que una imagen puede tener varios significados diferentes. Así que, aquí se vuelve a reflejar la importancia de enseñar en medios de comunicación, en este caso audiovisuales, para poder entender los distintos puntos de vistas que nacen de la información que se recibe.

Una vez mencionado este apartado de la semiótica, conviene hacer referencia a lo que conocemos como cultura visual, ya que esta incide de manera directa en los medios de comunicación como antecedente esencial de la alfabetización mediática. De acuerdo con Mirzoeff (2003), podemos definir cultura visual como aquella que “se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual”. La cultura visual continuó, de alguna manera, la tarea de la semiótica cuestionando las imágenes de una manera crítica para que la sociedad entendiese la nueva era digital que se estaba creando.

Han sido muchos los acontecimientos históricos que han marcado a la cultura visual. Sin embargo, uno de los más reconocidos fue la coronación de la reina de Inglaterra en 1953. Este hecho histórico no fue bien recibido por parte del ámbito eclesiástico, ya que tomaban como una ofensa que ese acontecimiento tan tradicional fuese grabado por cámaras de televisión. Además, se retransmitió una entrevista con un chimpancé donde se hablaba de este acontecimiento real, lo cual provocó aún más polémica. Dicho ejemplo demuestra que este hecho, si hubiese sido analizado por expertos, hubieran destacado solo el factor político. Sin embargo, fue tal la importancia del elemento visual en sí que provocó desacuerdos dentro de la alta esfera de la sociedad inglesa. Con esto se demuestra la importancia de la capacidad crítica que debe poseer cada persona individualmente.

Conseguir el desarrollo de una madurez crítica en la sociedad actual puede llegar a considerarse como un gran reto. Sin embargo, es necesario su logro para realizar juicios propios sobre la información que recibimos por parte de los medios de comunicación. Por tanto, la alfabetización mediática es aquella que nos permite descodificar elementos procedentes de estos medios desde un punto de vista crítico y nos aleja de ser meros espectadores pasivos.

1.2 ¿Qué es la Alfabetización Mediática?

Una vez recorrida la historia del origen de la alfabetización mediática, estamos preparados para poder definirla de una manera más concreta e ir descubriendo el efecto de su aplicación en la sociedad actual.

La alfabetización mediática ha ganado terreno en la esfera del debate público debido al aumento y propagación de términos como las *fake news*. Esto ha hecho que instituciones como la UNESCO lleven tiempo percibiendo la necesidad de una formación en esta área de la comunicación, adaptada a todos los niveles educativos. Sin embargo, debemos preguntarnos lo siguiente: ¿en qué consiste realmente la alfabetización mediática? Pues para poder comprenderla en su totalidad, debemos introducir un nuevo término que cobra real importancia en este ámbito de educación mediática: la alfabetización informacional (ALFIN), la cual consiste en la adquisición de la capacidad de saber cuándo se necesita información, dónde encontrar dicha información y cómo utilizarla de manera ética.

Desde que Zurkowski acuñara este concepto en 1974, la alfabetización informacional ha sido redefinida varias ocasiones. Según Gilster (1997: 365): “el concepto de alfabetización va más allá de la pura capacidad de leer y escribir; siempre ha significado la capacidad de leer, escribir, y entender. Es el acto de cognición fundamental”.

Sin embargo, Alejandro Uribe (2014: 9) ofrece una definición mucho más completa:

La alfabetización informacional es el proceso de enseñanza-aprendizaje que busca que un individuo y colectivo, gracias al acompañamiento profesional y de una institución educativa o bibliotecológica, utilizando diferentes estrategias didácticas y ambientes de aprendizaje, alcance las competencias en lo informático, comunicativo e informativo, que le permitan (...) localizar, seleccionar, recuperar, organizar, evaluar, producir, compartir y divulgar en forma adecuada y eficiente esa información, con una posición crítica y ética a partir de sus potencialidades y

conocimientos previos y complementarios, y lograr una interacción apropiada con otros individuos y colectivos según los diferentes roles y contextos que asume.

Una vez conocemos este término, debemos hacer hincapié en que la fusión de la alfabetización informacional y mediática se desarrollan de la mano de los medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales. Como ya sabemos, dichos medios proporcionan sus mensajes a una ciudadanía que aún no tiene la capacidad de separar la información del ruido mediático. Por ello, la alfabetización mediática implica adquirir competencias tanto mediáticas como informacionales, se aleja totalmente de lo memorístico, del aprendizaje de contenidos y, sobre todo, de un posicionamiento ideológico concreto.

La alfabetización mediática se aproxima a lo que conocemos como investigación para comprender cómo un medio de comunicación transmite su mensaje. Según la infografía publicada por la UNESCO en 2017 llamada ‘Cinco Leyes de la Alfabetización de los Medios de Comunicación y la Información’, existen cinco normas que ofrece esta institución para encaminar a una sociedad de la información que vive al borde de la saturación mediática:

- Toda información es utilizada como forma de comunicación para el compromiso de la sociedad civil.
- Cualquier ciudadano es, o debería ser, creador de contenidos y también transmisor de mensajes. La alfabetización mediática e informacional están vinculadas con los Derechos Humanos, por lo que abarca a todos los seres humanos.
- La información o el conocimiento no es siempre neutral ni procede de fuentes fiables. La aplicación de la alfabetización mediática debe hacerse según los principios de fiabilidad y accesibilidad para todos los ciudadanos.
- Los derechos de la ciudadanía, refiriéndose al acceso y comprensión de la información, no pueden verse comprometidos bajo ningún concepto.
- La alfabetización mediática es un aprendizaje continuo, y resulta más completo cuando engloba conocimientos, habilidades y aptitudes, además de cobertura, uso, producción y comunicación del contenido de los medios de comunicación.

A partir de estas cinco normas damos por sentado una alfabetización mediática y reglada que engloba las funciones de la alfabetización informacional, las cuales son definir,

localizar, evaluar, organizar, juzgar y procesar la información que se recibe, en un entorno mediatizado. Este enmarque de funciones en dicho entorno da lugar a una serie de características que definen el ejercicio de la alfabetización mediática:

- Esta implica comprender el primordial papel que poseen los medios de comunicación en la sociedad, como informar con veracidad sobre hechos ocurridos.
- Esta alfabetización mediática permite a la sociedad valorar de manera crítica los contenidos que proporcionan los medios de comunicación. Por ello, entrenar la capacidad para argumentar es una de las formas que provocan el desarrollo del espíritu crítico necesario.
- Una de las mayores ventajas de una educación en medios de comunicación es el compromiso mediático para la autoexpresión y la participación democrática.
- En el ámbito digital, la alfabetización mediática quedaría incompleta sin una formación en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), lo cual se lograría partiendo de la alfabetización digital, la cual será plasmada más adelante.

Como hemos mencionado anteriormente en el origen y desarrollo de la alfabetización mediática, la UNESCO (2005: 29) propuso el término de alfabetización mediática e informacional con el objetivo de construir auténticas sociedades del conocimiento, lo cual requiere “identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar el conocimiento”. Por ello, no debemos limitarnos a hablar de libre circulación de la información, ya que esto es considerado por la UNESCO como un simple requisito más para que la alfabetización mediática llegue a ser objeto de intercambio, confrontación, crítica, evaluación y reflexión junto con la colaboración de la investigación científica y filosófica.

Como ya sabemos, la alfabetización mediática es un concepto esencial en los currículos escolares para evitar que la sociedad se impregne de información tóxica y esto provoque que tanto jóvenes como adultos sean influenciados y no sean capaces de analizar la información de manera crítica. A raíz de esto, es necesario mencionar la “infoxicación”, definida por Area y Pessoa (2012) como uno de los términos más destacados de la sociedad contemporánea, haciendo referencia a la saturación de información que provoca en la sociedad una visión confusa de la realidad en la que viven. Por ello, es esencial que,

tal y como advierten Cobo y Moravec (2011), la información debe ser interpretada y se necesita, por tanto, la presencia de trabajadores del conocimiento. En definitiva, la sociedad del conocimiento requiere a ciudadanos competentes, con los suficientes conocimientos como para decidir con autonomía y pensamiento crítico.

Al igual que estos autores, existen otros muchos que también son conscientes de la importancia de una presente educación en los medios para lograr la creación de trabajadores del conocimiento, término acuñado por el experto en gestión Peter Drucker en 1959 para referirse a aquellos trabajadores que no solo siguen órdenes, sino que tienen como valor principal trabajar con la mente, pensar soluciones, analizar la información y definir estrategias. Respectos a las nuevas generaciones, David Buckingham (2005) recalca la importancia de educar a los jóvenes de acuerdo con cómo desarrollan ellos su vida cotidiana, en la que la presencia de los medios y las oportunidades de participar en ellos juegan un papel decisivo.

A partir de aquí, la alfabetización mediática puede entenderse como la alfabetización necesaria para la construcción de la sociedad del conocimiento, al igual que para los nuevos medios. Esta tiene como principal objetivo establecer una relación entre los medios de comunicación y la educación.

1.3 Desarrollo de la alfabetización mediática a través de la educación

La alfabetización mediática recobra verdadera importancia al introducirse en el ámbito de la educación. Tal y como indica Orozco (1997: 121), el hecho de reconocer que los medios de comunicación juegan un papel predominante en la rutina del ser humano ha llevado a perfilar la necesidad de educar en las competencias mediáticas, para analizar y tomar una posición crítica sobre la información que se ve, se oye o se lee.

Al mencionar a Orozco, hemos introducido un nuevo término que posee un valor esencial en este apartado dedicado al ámbito educativo: competencia mediática. La Comisión Europea (2011: 18) la define tal que así:

la capacidad para percibir, analizar y disfrutar del poder de los mensajes, imágenes, estímulos y sonidos que se perciben de los medios de comunicación, usándolos para satisfacer las necesidades de comunicación, expresión, formación o información que puedan generarse en diversas situaciones cotidianas.

Dicha capacidad es la que se debe adquirir en la escuela para, en un futuro, poder comprender e interpretar de manera crítica la cantidad de información que recibimos día a día.

Este ámbito educativo al que nos referimos viene a ser en la actualidad un punto de unión entre la producción del conocimiento, la cultura y la construcción de la ciudadanía en su totalidad. La educación en medios de comunicación y el desarrollo de la anterior comentada competencia mediática dentro de los currículos puede convertirse en el elemento principal de organización dentro de la práctica escolar. Esta circunstancia tiene varios aspectos que pasamos a desarrollar.

En primer lugar, varias investigaciones realizadas sobre el grado de alfabetización mediática de los niños y adolescentes señalan que estos son inconscientes del mundo en el que viven de manera cotidiana y confunden la realidad con la ficción. También se refleja que estos desconocen las variadas acepciones que tienen los discursos ya que poseen un alto grado de confianza en la veracidad del contenido que reciben. Este desconocimiento provoca que realicen razonamientos débiles, sin pensamiento crítico, frente a las connotaciones simbólicas de los mensajes. Esto refleja que, aunque los jóvenes estén inmersos en el consumo de los diferentes mecanismos y plataformas comunicativas, no garantiza en los usuarios una comprensión general de los contenidos ni una actitud crítica frente a lo que transmiten. El adolescente se encuentra en una negociación continua con el significado de los mensajes y los valores que estos transmiten. Por un lado, atienden al mundo adulto, que les indica el deber ser; por otro lado, atienden al mundo de sus pares, los cuales marcan las necesidades de identificación con el grupo; y, por último, atienden al mundo del consumo, basado en la inmediatez y el espectáculo (Gabelas, 2005; González, Rodiño, Goris y Carballo, 2008; Mejía, 2010).

En segundo lugar, debemos mencionar la importancia de recuperar la escuela como lugar para desarrollar los valores democráticos. Como podemos observar en la obra de Giroux 'Pedagogía y política de la Esperanza' (2003), la preocupación central del autor es la lucha de una democracia radical en todo el mundo, lo cual implica combatir por las posibilidades de la justicia social, la libertad y las relaciones sociales igualitarias en todos los ámbitos, y muy en particular en el ámbito de la enseñanza. Por ello, los educadores tienen como objetivo generar espacios que expongan a los medios de comunicación como elementos para el desarrollo de la cultura popular y la consolidación de la ciudadanía. Se

trata, en resumen, de rescatar la función social de la cultura y los medios de producción mediante la práctica pedagógica.

Como podemos observar en la vida cotidiana de los adolescentes, al estar en continua conexión, están expuestos a recibir mensajes que pueden moldear la percepción del mundo. Y con ello, los jóvenes se retroalimentan en la naturaleza de persuasión que los medios tienen sobre sus necesidades psicológicas. Las investigaciones de Medrano, Cortés y Palacios (2009), Aierbe y Medrano (2008) y Medrano y Martínez de Morentín (2010) perciben que los adolescentes viven internos en una rivalidad entre valores personales e individualistas y valores colectivistas relacionados con lo público.

Sin embargo, la educación no ha prestado atención a dichos aspectos y se ha centrado en utilizar los medios de comunicación como meras herramientas para instruir sobre el funcionamiento de los ordenadores, el software, el establecimiento de búsquedas, es decir, todo lo relacionado con las TIC's. No obstante, existe una ausencia de lo que reflejamos a lo largo de este punto, y es el desarrollo de la competencia mediática desde un pensamiento crítico sobre los contenidos, el contexto de la producción y su incidencia en la cultura, es decir, la introducción de la alfabetización mediática en el ámbito educativo. Pero esto sigue siendo la carencia de la educación en medios y los profesionales son conscientes de ello.

Es cierto que las llamadas *fake news* han propiciado la importancia de introducir cuanto antes la alfabetización mediática en las escuelas. Tal y como dice Nuria Fernández-García (2010), se necesita cambiar la forma en cómo abordamos la alfabetización mediática ya que, hoy en día, no está lo suficientemente activa en el ámbito escolar y, por lo tanto, en la sociedad. Esta autora hace referencia a Mike Caulfield cuando menciona que no solo consiste en leer dos medios de comunicación de ideologías opuestas para poder contrastar información. Este escritor australiano intenta visualizar que la educación en medios debe ir más allá y lo demuestra con una iniciativa llamada Digital Polarization Initiative (Digipo), un proyecto que provoca el interés de los jóvenes por analizar de manera crítica el contenido informativo que encuentran de manera online haciéndolos conscientes de la polarización digital (<https://www.digipo.io/wiki/commons/index.htm>).

Por ello, es de esencial importancia que los formadores de este ámbito, los cuales también son consumidores de los medios de comunicación, desarrollen conocimientos sobre este tema. La UNESCO (2011), presenta un documento de formación para maestros en el cual

ofrece una temática orientativa que refleja con claridad los puntos que deben ser desarrollados por parte del profesorado: el conocimiento y entendimiento de los medios de información para los discursos democráticos y la participación social; la evaluación de los textos mediáticos y fuentes de información y, por último, la producción y el uso de los medios y la información.

Este documento al cual nos referimos es el currículo AMI, que ofrece la UNESCO a los profesores y cuyo contenido es necesario para formar habilidades al integrar la alfabetización mediática e informacional en las aulas de las escuelas valorando las voces individuales de los estudiantes. El tema principal es cómo comprometerse con los medios de comunicación para conseguir una buena expresión y ampliar el círculo de los diferentes entendimientos y perspectivas de cada individuo.

El objetivo de dicho currículo es aumentar la capacidad del profesorado para evaluar las fuentes y valorar la información basada en las funciones particulares del servicio público que normalmente se atribuyen a los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de la información. Por otro lado, también tiene por objetivo proporcionar a los profesores el conocimiento de las acciones que deben llevar a cabo cuando estos sistemas fallan. El profesorado debe tener la capacidad de entender el contenido que produce los medios de comunicación y cómo este se produce, al igual que la utilización de los medios y su información para distintos propósitos. Además, estos deben tener la capacidad suficiente como para explorar el tema de la representación de diferentes medios de comunicación y cómo abordan cada uno de ellos la diversidad y la pluralidad tanto en los medios locales como globales (UNESCO, 2011: 27).

Debido a la influencia tan decisiva que tienen los medios de comunicación en nuestra vida cotidiana, son muchos los autores que interpretan a los medios de comunicación como la clave de la educación del futuro. Recibimos un bombardeo audiovisual constante que condiciona nuestra existencia, sobre todo la de los niños y jóvenes, por lo que se hace imprescindible la presencia de los medios en las aulas como recurso para el aprendizaje. El papel del profesorado es enseñar a consumirlos, a entenderlos, convivir con ellos desde ese pensamiento crítico que ofrece la alfabetización mediática.

Sin embargo, estamos de acuerdo con Sancho (1998: 42) cuando confirma que el problema de la educación en la sociedad actual no se halla en el acceso a la información, sino en “posibilitar que el alumnado y el propio profesorado sea capaz de darle sentido,

de convertirla en herramienta crítica para entender e intervenir en el mundo que le rodea”. Para esto, Sancho plantea el desarrollo de herramientas de pensamiento crítico, algo que permita que el alumno pueda, por su propia mano, contrastar información y situarla en un contexto concreto, reconocer lenguajes de distintos saberes y aprender a utilizarlos para expresarse, argumentar, realizar juicios éticos...

Lo que realmente se intenta conseguir es un sistema educativo que fomente la formación integral de los estudiantes y la mejora de la sociedad en general. Para ello, este tipo de sistema educativo no debe obviar la educación en medios de comunicación. Tal y como indica Ballesta (1998: 126):

El sistema educativo debería centrarse en el desarrollo de un trabajo formativo encaminado a la discriminación de productos audiovisuales y al análisis valorativo de los mensajes que vehiculan, mediante un diseño de estrategias de uso escolar que garantizaran esta finalidad, haciendo posible un tratamiento de los medios de comunicación en la práctica docente y su integración en los proyectos educativo y curricular.

2. Uso de las competencias mediáticas a nivel europeo

Tal y como considera la UNESCO, la educación en medios es el punto central del desarrollo educativo cultural del siglo XXI. Por ello, es importante conocer el impacto de la alfabetización mediática en el ámbito europeo y cómo se desarrollan este tipo de competencias adquiridas en los diferentes países del entorno.

Según Alexander Fedorov (2001: 8) “la educación mediática forma parte del derecho fundamental universal a la libertad de expresión de toda persona, así como del derecho a la información y cumple con su función de construcción y conservación de la democracia”. Por tanto, la alfabetización mediática es considerada en el mundo contemporáneo como un proceso de desarrollo de la personalidad de cada individuo intervenida por los medios y basada en el material que estos elaboran, con el fin de “modular la cultura de interacción con los medios, (...) el pensamiento crítico, la percepción, interpretación, análisis y evaluación de material mediático y la enseñanza de distintas formas de expresión personal con el uso de la tecnología mediática”. Como resultado de ello, la alfabetización mediática permite que una persona use de manera activa sus oportunidades y competencias en el campo de la información proporcionada

por los distintos medios que la producen, tales como la televisión, la radio, la prensa o internet.

Durante la última década, la Comisión Europea ha realizado diversas acciones con el fin de fomentar la alfabetización mediática en los Estados Miembros. Dichas acciones han sido aprobadas tanto por el Parlamento Europeo como por la propia industria audiovisual.

En 2006, se establece un “grupo de expertos en alfabetización mediática” el cual se encargó de analizar la situación educativa sobre los medios de comunicación en los distintos estados e inició acciones para lograr su implantación oficial. También se realizó una encuesta pública para medir los niveles de alfabetización mediática en la población Europa, lo que confirmó que esta educación mediática se considera un factor muy importante en la sociedad de la información actual y no solo para los más jóvenes, sino también para adultos, personas mayores, profesores y profesionales de los medios.

Un año después se incluyó la alfabetización mediática en la legislación por parte de la Directiva de Servicios Audiovisuales, insistiendo en implantarla en todos los sectores de la sociedad. Para ello, esta normativa propone:

la formación permanente de los profesores y formadores, una formación específica para el manejo de internet dirigida a los niños desde muy temprana edad, mediante sesiones en que participen los padres o la organización de campañas nacionales destinadas a los ciudadanos, en las que participen todos los medios de comunicación, para facilitar información sobre la utilización responsable de internet (Directiva de Servicios Audiovisuales, 2007: 31).

En 2008 también tuvo lugar uno de los momentos más importantes para la educación mediática cuando el Parlamento Europeo publicó el informe de *la resolución sobre la alfabetización mediática de los medios de comunicación en un mundo digital*. En esta se define la importancia de educar en medios de comunicación introduciéndola en todos los sectores de la población, incluidos los profesionales de la comunicación y la industria audiovisual.

Si bien es cierto que todo este análisis sobre la relevancia que adquiere la alfabetización mediática demuestra que existen diferentes prácticas y niveles de cómo introducir la educación en medios en los distintos países que componen Europa.

Anteriormente, en el marco teórico, mencionamos que Francia fue el primer líder del movimiento de la alfabetización mediática, la patria del arte cinematográfico. Pues bien, durante los años cincuenta y sesenta, Francia mantuvo el liderazgo sobre la alfabetización mediática. En 1963, se reflejaron en documentos del Ministerio de Educación francés las ideas de la teoría estética de la educación mediática. Esto provocó que los profesores fueran incitados a educar a sus alumnos en el ámbito cinematográfico, incluso con incentivos económicos. Uno de los fundadores de la educación mediática llamado Célestin Freinet destacó que el cine y la fotografía no son solo meros instrumentos para entretener y enseñar, sino que componen una nueva forma de pensar sobre la expresividad (1963: 12).

Pese a que en estos tiempos ya se ofrecían cursos sobre cine y periodismo en diversas universidades de Francia, se implantó en un primer momento la educación mediática en las escuelas como algo opcional. Pese a ello, uno de los primeros intentos que se hicieron por introducir la alfabetización mediática en el currículo escolar fue en Francia a mediados de la década de 1960. No obstante, aunque fuese algo opcional, es en Francia, a mediados de 1960, donde se produjeron los primeros intentos de introducir la alfabetización mediática en el currículo escolar. Sin embargo, la UNESCO también ha impulsado el desarrollo de este concepto en todos los escenarios posibles desde que este existe. Y no solo anunciando su apoyo hacia la educación en medios, sino considerándola como algo prioritario para el futuro.

Debido a este apoyo tan insistente de la UNESCO, en 1976 la educación mediática en Francia formaba parte oficialmente del currículo de educación secundaria. Desde entonces, se aconsejaba a las escuelas invertir al menos un 10% de su tiempo educativo en la alfabetización mediática. A raíz de esto, debemos destacar un proyecto ejemplar basado en dicha educación mediática en Francia, conocido como la Week of Press in School de 1976. En este proyecto, el término prensa no solo se refiere a los medios escritos, sino que abarca también medios como la radio y la televisión. La Week of Press tenía como objetivo buscar la participación y colaboración entre alumnos y profesionales del ámbito periodístico. Su aprendizaje se basaba en desempeñar actividades de investigación sobre el funcionamiento de los medios. Por ejemplo, los estudiantes debían imitar el proceso de producir documentos periodísticos de distintos géneros y tipos.

Por otro lado, en 1982, el conocido profesor e investigador francés J. Gonnet propuso al Ministerio de Educación francés la apertura de un centro nacional de educación mediática

para ofrecer al profesorado instituciones educativas en la integración activa de los medios en el proceso educativo. Este proyecto no solo fue aprobado, sino que también recibió el apoyo monetario del Ministerio de Educación francés. Esta iniciativa desembocó en que en abril de 1983 tuvo lugar en París la apertura del Centre de Liaison de L'enseignement et des Moyens D'information (CLEMI)¹ del cual J. Gonnet fue nombrado director. Desde su aparición y hasta ahora, el CLEMI ha promovido la integración de los medios de comunicación en la educación, es decir, la importancia de la alfabetización mediática en los centros y las escuelas, impartiendo cursos para profesores sobre el conocimiento de los medios y de los circuitos de la información; sobre el análisis crítico de los mensajes de información, basado en el análisis de contenido y lectura de imágenes; y sobre aspectos específicos a la pedagogía de los medios, destacando aprendizajes correspondientes a una disciplina en particular, vida escolar y formación del futuro cotidiano.

En Francia, diferentes instituciones poseen una larga trayectoria en el ámbito de la alfabetización mediática y, especialmente, en la implicación de los actores que pertenecen a dicho ámbito para asegurar un buen consumo de los medios de comunicación por parte de la sociedad. En la actualidad, el Consejo Superior del Audiovisual francés ha propuesto una labor que va más allá de incluir la educación mediática en los programas educativos. Este consejo busca centrarse en la explotación de los recursos de los que se dispone y en la defensa de la libertad y el derecho de los consumidores de contenidos ofreciendo un fortalecimiento de conocimientos y una cierta concienciación sobre el uso de los medios de comunicación y los riesgos que pueden presentar.

Por ello, debemos hacer hincapié en el sitio web 'Éducation et Médias' como caso de éxito en este campo de la educación en medios. Este sitio web está encabezado por Mémona Hintermann-Afféjee, miembro del Consejo Superior del Audiovisual francés y presidenta del grupo de trabajo "Audiovisuel et éducation". El objetivo de este proyecto es darles acceso a los consumidores de contenidos a descubrir el mundo audiovisual francés a través de herramientas pedagógicas, con el objetivo de que obtengan un conocimiento correcto de los medios de comunicación audiovisual y comprendan su contenido de manera crítica. Por ello, la preocupación francesa por la recepción de

¹ **El Centro de enlace de diseño y medios de información** (CLEMI) es una agencia del Ministerio de Educación francés a cargo de la educación en medios en todo el sistema educativo.

contenidos mediáticos se remonta a un postulado educativo básico de la escuela gala: “l’esprit critique” (Becerra, 2014: 3).

En Reino Unido, en 1950 se creó el concepto de ‘screen education’ en el momento en el que se fundó la Society for Education in Film and Television (SEFT)². Este concepto, también considerado como la ‘teoría de la pantalla’ fue propulsado por la aparición de nuevos enfoques académicos, como son la semiótica, el estructuralismo, la teoría psicoanalítica y las teorías marxistas sobre la ideología.

A partir de la aparición de la educación en pantalla, el objetivo era descubrir la naturaleza sobre la que se asentaban los textos mediáticos y demostrar cómo lo que los medios de comunicación representaban intensificaba la ideología de los que estaban en el poder. Por ello, la sociedad adquirió una actitud defensiva debido a la sospecha que se tenía hacia los medios de comunicación. A pesar de que el currículo británico cada vez era más inclusivo, todos los enfoques buscaban proteger a los jóvenes de alguna manera de los efectos negativos que presentaban los medios. Por tanto, introducir a los menores en educación mediática, ofreciéndoles conocimientos para analizar cómo están contruidos los textos y cómo han de recibir la información de los medios, era una manera de darles el poder para que rechazar tales influencias (Buckingham, 2015: 80).

Sin embargo, en la década de los noventa, surge en Reino Unido un cambio de paradigma. Los educadores en medios británicos comenzaron a reducir esos enfoques tan defensivos, lo que provocó un cambio en la visión que se tiene de las relaciones de los jóvenes con los medios. En este momento, la percepción de los medios como industria de la conciencia todopoderosa fue puesta en duda. Y es que el profesorado británico llegó a la conclusión de que el enfoque proteccionista que se tenía hacia el alumnado podía ser contraproducente para estos. Sobre todo, cuando se trata de conseguir que los estudiantes establezcan sus propias culturas y placeres personales, el efecto puede ser que estos tiendan a rechazar el mensaje de sus profesores.

Esta nueva reflexión hizo que Reino Unido cambiara su visión sobre la educación mediática, plasmándola en una serie de publicaciones realizadas por el Instituto de Cine Británico (BFI) a finales de los ochenta y principios de los noventa. Estas publicaciones plantearon una nueva definición de lo que era la alfabetización mediática, la cual se

² **Sociedad para la Educación en Cine y Televisión.**

resumía en cuatro conceptos claves: lenguaje mediático, representación, producción y audiencia. A partir de esta nueva definición, se comprendió que la educación mediática va más allá del enfoque proteccionista, no significa considerar a los jóvenes como víctimas pasivas de la influencia de los medios de comunicación, sino todo lo contrario, adoptar una perspectiva centrada en los estudiantes la cual parta de sus conocimientos y experiencias con los medios. En resumen, el objetivo no es protegerlos de la influencia de estos, sino capacitarlos para que tomen decisiones informadas por sí mismos (Buckingham, 2015: 82).

Actualmente, Reino Unido cuenta con la Oficina de Comunicaciones (OFCOM)³, el organismo que se encarga de regular la tecnología electrónica, es decir, se ocupa de las emisiones de radio e internet. Este organismo define el aprendizaje en el ámbito de la comunicación de manera abierta y da la posibilidad de incluir el sector de la industria de los medios con el objetivo de despertar el interés por estos, por la investigación y favorecer el acceso a la sociedad al mundo de la comunicación y la tecnología (Bazalgette, 2007: 40).

Esta visión que ofrece la OFCOM de la educación en los medios no siempre se refleja en la dimensión crítica y cultural. Por ello, el UK Film Council (UKFC)⁴ se unió al Instituto de Cine Británico (BFI) junto con la BBC, Channel 4 y Skillset para promover una tarea común de alfabetización mediática, cuyo principal éxito fue la firma de un estatuto que agrupa una serie de pautas que explica qué implica una correcta educación en los medios. Dicha propuesta fue aceptada por el Consejo Europeo dando cabida al programa ‘Media-Educ’, el cual consiste en la creación de un observatorio online para la educación en los medios a nivel europeo. Actualmente, este programa se titula ‘EuroMediaLiteracy’ y constituye la base de datos de los autores de la Carta del Reino Unido y numerosos países europeos (<https://euromedialiteracy.eu/>).

En la antigua República Federal de Alemania se desarrolló una enseñanza de los medios de comunicación independiente en 1962 cuando Jim Heimann recalcó la importancia que

³ **La Oficina de Comunicaciones**, comúnmente conocida como OFCOM, es la autoridad reguladora y de competencia aprobada por el gobierno para las industrias de radiodifusión, telecomunicaciones y correos del Reino Unido.

⁴ **UK Film Council** es un organismo público no departamental creado en 2000 para desarrollar y promover la industria cinematográfica en el Reino Unido.

presentan los medios de comunicación en un contexto educativo. Al comienzo del intento de integrar la alfabetización mediática en los currículos escolares, se utilizaba la película con fines didácticos, junto con el desarrollo de programas audiovisuales y de televisión para los colegios, lo que causó un considerable cambio en la apreciación de los medios en el ámbito de la enseñanza.

En Alemania, el llamado “building block concept” (concepto base) del uso de los medios recobró bastante interés durante los años sesenta y setenta. Este concepto nace a raíz de la importancia de considerar que las películas y los programas educativos poseen una estructura didáctica concreta, haciendo ver que los medios de comunicación deben ser tomados no solo como ayudas al aprendizaje, sino más bien como la base del proceso de enseñanza.

Esto fue muy significativo ya que estos años se caracterizaron por el aumento de producción de películas y audiovisuales del Instituto Cinematográfico y de Imágenes para la Investigación y la Enseñanza (FWR), así como el desarrollo de programas de radio y televisión para las escuelas por parte de diferentes empresas de radiodifusión.

A partir de los años ochenta, se produjo un nuevo desarrollo en el contexto educativo conocido como “learning environment concept” (contexto de aprendizaje). Según el libro *Ambientes de aprendizaje y sus mediaciones en el contexto educativo de Bogotá* (2017), en cuanto al origen del concepto de “ambiente de aprendizaje”, es inicialmente reconocido como el escenario donde se realizan las interrelaciones entre personas y el medio ambiente. En este paradigma, el estudio de este concepto no se consideraba relevante para el análisis de la vida y el comportamiento de las personas (Tréllez & Quiroz, 2004). Sin embargo, este ha pasado de una visión estática hacia la comprensión activa de interacción, se considera como un sistema de interrelaciones, según Tobasura y Sepúlveda (2004), entre espacio físico y sociocultural, en el que el ser humano actúa como motor principal.

Para este contexto es imprescindible que el proceso de aprendizaje no se centre solo en dictar conocimientos y habilidades de un profesor hacia un alumno, sino que debe ser entendido como un proceso activo donde los medios de comunicación apoyen dicho proceso de aprendizaje de modo interactivo. El objetivo es que los alumnos sepan tratar con temas relevantes, sean competentes a la hora de distinguir las diferentes

informaciones que reciben y, sobre todo, sean capaces de producir y defender sus propias ideas en base a dichas informaciones.

De forma paralela a la adquisición de competencias mediáticas e informacionales pero que guarda total relación con esto último es la presencia de una enseñanza de las TIC's en las aulas. En Alemania, este contexto de tecnología informática fue entendida como algo primordial no solo para el crecimiento económico, sino también para la cultura de la información y la comunicación proporcionada por los ordenadores. Con ello, se buscaba la comprensión de esta tecnología informática y su uso responsable para promover la economía y la sociedad. Y según Herzig (2001: 65), no solo los aspectos medios de la informática, sino también la base de la ciencia informática son partes fundamentales de la educación en medios de comunicación.

Actualmente, Alemania ha plasmado la enseñanza de los medios como una asignatura obligatoria en diferentes enseñanzas vocacionales, como son la formación de profesores de guardería, en el estudio de la pedagogía social en la universidad, en la formación del profesorado en las escuelas, así como en diferentes programas de estudio como estudios en medios de comunicación.

En Italia, se ha desarrollado un campo de investigación bien coordinado sobre la educación en los medios, donde es posible destacar algunas escuelas con características específicas. La Escuela de Milán, formada en la Universidad Católica, es importante debido a que en ella encontramos por lo menos tres Centros de Investigación que trabajan el ámbito del reencuentro entre medios y educación: el Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media all'Informazione e alla Tecnologia (CREMIT), donde se encuentra integrado el Online Media Education Resources for Organizations (OMERO), un programa que tiene como objetivo producir investigación y ofrecer formación sobre medios y educación. Otro centro el cual podemos recalcar es el Osservatorio della Comunicazione (OSSCOM), un centro sociológico que trabaja sobre el consumo mediático de los jóvenes, al igual que el Servizio di Psicologia dell'Apprendimento y dell'educazione in età Evolutiva (SPA), el cual se centra en el área de psicología del aprendizaje.

En cuanto a estudios mayores, la Universidad Católica fue la primera universidad en Italia en organizar un curso dedicado a la educación en medios, llamado Corso di perfezionamento in media education: cultura y professione per la formazione multimediale. En 2004, dicho curso se integró en un Máster en Comunicación y Formación,

por lo que ahora existe la posibilidad de transformarlo en un Máster Internacional en el Programa Mentor de la Comunidad Europea y de la UNESCO.

En 1995, se fundó la asociación MED, es decir, la Associazione italiana per l'Educazione ai Media e allá Comunicazione. Esta buscaba una combinación entre todos los grupos de profesionales de los medios en el contexto educativo de Italia y su fin era encontrar un diálogo entre educadores y comunicadores para intentar que el profesorado de las diferentes universidades italianas pudiera discutir los problemas que se presentaban en el ámbito de la educación en medios, tanto teóricos como prácticos. Sin embargo, según la Revista Comunicar, 28 (2007), hoy en día la MED está consumida en una crisis de identidad, provocando la incertidumbre de si continuará ejerciendo su función de coordinación en la educación en medios italiana. Otra experiencia destacada es la del Centro Zaffiria, caracterizado especialmente por su cooperación con las instituciones locales italianas (<https://www.zaffiria.it/>).

Todas estas experiencias de educación en medios en Italia se han venido organizando en diferentes períodos según el medio que prevalecía en el momento: la educación en cine, en televisión y en informática. El cine fue el primer medio de comunicación que entró en la escuela, ya sea porque fue la forma de expresión más cercana a la literatura o porque estaba estructurado sobre un texto con una historia y elementos concretos del lenguaje cinematográfico.

En los años setenta, a la par de la difusión de la Ley sobre las Redes Privadas (1974) y la introducción del color en la televisión (1976), esta llegó a ocupar el lugar que estaba ocupando el cine. Por ello, los profesores en la escuela comenzaron a trabajar en base a programas televisivos, centrándose en la información y la publicidad.

En los ochenta, la llegada de la informática provocó una ruptura en las prácticas didácticas del profesorado en Italia. Desde esta nueva incorporación en la educación en medios italiana, se propagó la idea de que los medios tradicionales como el cine o la televisión debían ser abandonados para dejar que la actualidad se formase por los nuevos medios digitales. No obstante, la advertencia del Ministerio de Educación italiano es que el problema de enfocar la atención en los nuevos medios, en vez de favorecer la reflexión crítica de los alumnos, está provocando un abordaje meramente material. Esto refleja que el aspecto del sentido crítico de los medios de comunicación está siendo totalmente desatendido, enfocando la atención en conseguir que el profesorado sepa utilizar el

material informático y que los estudiantes aprendan a usar las tecnologías, cuando la educación en medios va mucho más allá que el aprendizaje técnico.

Lo que se acaba de mencionar proviene de que la política del Ministerio, desarrollada desde 1985, responde a una lógica funcionalista, es decir, se centra en cómo educar a los jóvenes para que sean capaces de adaptarse a la sociedad de la información, cuando debería ser culturalista, convirtiendo a los jóvenes en ciudadanos críticos de dicha sociedad.

Podemos observar a lo largo de este punto que la alfabetización mediática en Europa ha recibido desde el principio un notable protagonismo que, con los años, ha ido haciéndose hueco en el sector de la educación. Estos países han planteado diversos proyectos para hacer hincapié en la importancia de la educación en medios, incluso algunos la han propuesto como asignatura, aunque de manera optativa. Sin embargo, la situación en la que se encuentra la alfabetización mediática a nivel europeo no se asemeja a la de España como veremos a continuación.

3. Alfabetización mediática en el contexto educativo español

El hecho de que los jóvenes estén expuestos continuamente a los medios de comunicación tanto tradicionales como online configura la experiencia de estos en el ámbito familiar. El conjunto audiovisual, informático y telemático construye el mundo personal de cada uno de ellos. Ahora no solo interactúan en un entorno real e inmediato, también actúan en un entorno virtual, lo que ha provocado cierto desconcierto en el ámbito educativo.

En una época donde ha surgido una fusión entre los medios tradicionales y los nuevos medios online, la juventud ha formado una estructura mental influenciada por el exceso de información que reciben. Esto desemboca en su incapacidad para recibir la información desde un pensamiento crítico y construyan una visión del mundo real que choca con la visión que intenta difundir el sistema escolar.

Ante estos cambios tan activos en la esfera de la comunicación pierde acepción unos currículos escolares tan cerrados e invariables cuyo método educativo se basa en la mera acumulación de conocimientos, pues no se trata de educar en saberes compartimentados, ya que los problemas que presenta la realidad son globales y transversales. Una educación en medios lo que trata es de que la juventud aprenda haciendo y experimentando.

Este intento de crear un nuevo modelo educativo centrado en la alfabetización mediática está relacionado con la importancia de formar a los estudiantes de tal manera que sean capaces de crear un propio pensamiento crítico a través de la información que reciben por parte de los medios, respondiendo a las demandas que la sociedad hace de ellos con el desarrollo de competencias mediáticas e informacionales que les permitan utilizar sus habilidades y conocimientos en una tarea o ante un problema.

En España, el interés por introducir los medios de comunicación en la educación surgió durante la aparición de la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), mientras se seguían las indicaciones de la UNESCO durante los años ochenta. Durante el proceso de la LOGSE, el Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) inició en las escuelas diversas experiencias junto con los medios a través de los programas Prensa Escuela, Mercurio y Atenea. En estos tres programas preponderó la visión pedagógica de las nuevas tecnologías y los medios al servicio de la escuela.

A partir de este interés por la alfabetización mediática en nuestro país, afloraron aspectos positivos en los años ochenta en este ámbito, como fue la impartición de cursos de formación para el profesorado y miles de experiencias relacionadas con la educación en medios que desembocaron en muy buenos resultados para el sistema educativo español, como el proyecto Media Radio, propulsado por el Ministerio de Educación (<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/index.html>) o el Grupo Comunicar, un foro para la Educación y la Comunicación cuyo objetivo es, según su lema: el uso didáctico crítico, creativo y plural de los medios de comunicación en el aula. Por la ética y la educación en los medios de comunicación (<https://www.grupocomunicar.com/>).

Con el cambio político que se produjo en el gobierno en 1996 vinieron nuevas políticas educativas que, según el Ministerio de Educación español, no pretendían corregir las carencias de la educación en medios de aquella época. Sin embargo, en las diferentes Comunidades Autónomas españolas se seguían realizando diversas iniciativas relacionadas con la educación mediática. A raíz de esto, debemos destacar, por un lado, la cantidad de comunidades que iniciaron diferentes proyectos relacionados con el cine y, por otro lado, la efectividad de acciones de formación mediática para el profesorado.

Más adelante, en 2003, tuvo lugar la firma de un convenio por parte del Ministerio de Educación y Ciencia con la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) con el objetivo de fomentar la lectura de la prensa escrita en las aulas. Dentro de este convenio

se llevaron a cabo iniciativas como la publicación de un libro sobre el uso didáctico de la prensa por parte de lo que se conoce actualmente como el Instituto de Formación del Profesorado, Investigación e Innovación Educativa (IFIIE) y, por otro lado, la edición de un curso online sobre el mismo tema por parte del Instituto de Tecnología Educativa (ITE).

Con la aprobación en abril del 2006 de la nueva ley educativa llamada Ley Orgánica de Educación (LOE), se constituyó un marco favorable para el impulso de la alfabetización mediática en el ámbito educativo. Desde esta premisa, debemos conocer cómo se aborda la educación mediática en el currículo de la LOE. Según Bernabeu Morón (2010), “la presencia de los contenidos de la educación mediática en el currículo invita a plantear el uso educativo de los medios, según los casos, desde una triple perspectiva”. Esta triple perspectiva de la que habla se plantea de la siguiente manera:

- **La Educación con medios**, la cual consiste en el uso de los medios de comunicación como fuentes de documentación, búsqueda de información en Internet, investigación en hemerotecas y bibliotecas... El uso de los medios desde esta primera perspectiva se centra en estos como recursos pedagógicos para la adquisición de competencias mediáticas, informacionales, digitales y para aprender a aprender.
- **La Educación en medios**, que supone conocer los conceptos básicos de la educación mediática. En esta segunda perspectiva los medios de comunicación son objeto de estudio, cuyo contenido se plasma en los currículos de las diferentes materias que recibe el alumnado. Este uso de los medios se relaciona con la adquisición de competencias culturales y artísticas.
- **La Educación ante los medios**, la cual se centra en el uso reflexivo de los medios de comunicación con el objetivo de desarrollar en el alumnado un pensamiento crítico ante la información que reciben, para fomentar una actitud activa ante ellos. Esta tercera perspectiva se relaciona con la competencia social y ciudadana.

En el año 2005, en España se llevó a cabo el programa Mediascopio por parte del Centro de Información y Documentación Educativa (CIDE) del Ministerio de Educación. Esta iniciativa tuvo lugar para reactivar la educación en medios en el contexto de la sociedad de la información en la que se encontraba y se encuentra España.

El Programa Mediascopio estaba orientado en un primer momento hacia la prensa escrita, en la misma línea en la que se encontraba el Programa Prensa-Escuela promovido durante la experimentación de la LOGSE en los años noventa. Fue en la misma línea debido a que Mediascopio pretendía romper con la división de la educación en medios por soportes, es decir, escrito, audiovisual e informático, que es lo que se adoptó en los años noventa para implantar las nuevas tecnologías de la información.

Además, este programa se propuso un objetivo principal, el cual era una de las carencias básicas de los programas dedicados a la educación mediática: la ausencia de un marco teórico común respecto a esta. Por ello, una de las estrategias fijadas por Mediascopio fue elaborar una consulta a expertos. Esta consulta fue dirigida por Juan Miguel Margalef Martínez, exdirector del Programa Prensa-Escuela.

La consulta estuvo dividida en dos bloques de participantes: por un lado, profesores con práctica docente en educación mediática en Secundaria y Bachillerato y, por otro lado, expertos nacionales e internacionales en este ámbito. El principal objetivo de la consulta a expertos estaba orientado a recopilar buenas recomendaciones para implementar de manera correcta la alfabetización mediática en el sistema educativo y generar buenas prácticas de esta.

Tal y como observamos en el libro *Alfabetización mediática y competencias básicas del Instituto de Formación del Profesorado, Investigación e Innovación Educativa*, el Ministerio de Educación español, a través del Proyecto Medioscopio, promueve las siguientes acciones:

- Ofrecer formación dirigida al profesorado para que estos adquieran conocimientos necesarios sobre alfabetización mediática y la proyecten al alumnado.
- Diseñar materiales pedagógicos para introducir de manera acertada los medios en las aulas.
- Conseguir la colaboración de los medios con la formación de la ciudadanía.
- Informar a las familias en educación mediática de sus hijos.

3.1 La competencia mediática en el profesorado español

Tal y como opina García-Ruiz, Pavón y Guerra (2011), la escuela necesita amoldarse a las demandas de la sociedad actual, una sociedad que busca ser competente antes los medios de comunicación. Debemos ser conscientes de que tanto niños como jóvenes están

en continuo contacto con los medios audiovisuales en su rutina, fuera de la escuela. Por ello, es necesario romper con las barreras que, a veces, suponen las aulas, donde no se emplea todo el potencial que ofrecen los medios debido a que el profesorado no tiene experiencia en educación mediática, por lo que se necesita una formación específica.

Por otro lado, aunque no exista una aprobación explícita sobre las competencias mediáticas e informacionales que debe asumir el profesorado, sí se puede confirmar lo siguiente:

- El reconocimiento de dos tipos de competencias: por un lado, las tecnológicas y, por otro lado, las pedagógicas. Según Suárez, Almerich, Gargallo y Aliaga (2013), consistiría en el conocimiento y dominio de dispositivos tecnológicos unido a los conocimientos y habilidades para aplicar de forma educativa estos recursos.
- La preferencia por definir un modelo competencial íntegro, el cual asocie competencias tecnológicas con competencias referidas al lenguaje, producción, interpretación y recepción de mensajes.

Desde el punto de vista de Gozávez y Aguaded (2012), el objetivo es fomentar una educación mediática que esté a la altura de la sociedad democrática del momento, partiendo de un buen nivel competencial del profesorado. Junto a estos dos autores, se suma un tercero, García-Ruiz (2014), con el que plantean la formación en competencias básicas como una cuestión de responsabilidad en el ámbito educativo, haciendo referencia no solo a la necesidad de una formación específica para el profesorado, sino también al ejercicio de la responsabilidad propia de la profesión docente.

Esta responsabilidad del profesorado de la que hablamos exige un compromiso constante con una serie de principios que no solo sostienen su rol como experto de una materia concreta, sino que debe hacerlos llegar al alumnado en las aulas. Algunos de estos principios, según García, Gozávez, Vázquez y Escámez (2010: 2) son “el respeto a la dignidad personal de toda la comunidad educativa, la promoción de los derechos humanos y la defensa de los valores de la ética civil, la justicia, la autonomía profesional, la confidencialidad, la veracidad y la responsabilidad profesional”.

España cuenta con un código deontológico de la profesión docente, el cual fue aprobado en el año 2010 por los Colegios Oficiales de Doctores y Licenciados en Filosofía y Letras y en Ciencias y que abarca a todo el profesorado de los distintos niveles educativos. Este

código deontológico representa una base para entender la cantidad de responsabilidades y derechos para llevar a cabo un correcto ejercicio de la profesión docente mediante los principios de actuación mencionados anteriormente.

Por ello, hoy en día es imprescindible el papel activo del profesorado como motor de cambio en la sociedad democrática en la que vivimos desde una doble dimensión, tal y como explican Pérez-Escoda, García-Ruiz y Aguaded (2017: 2):

Por un lado, en su compromiso con el ejercicio de su responsabilidad ética como consumidor y productor de contenidos audiovisuales que le permita hacer un uso crítico, libre y democrático de los medios; y, por otro lado, para lograr desarrollar la competencia mediática en los jóvenes, incluyendo recursos mediáticos en las prácticas de aula y favoreciendo el uso correcto de estos recursos por sus estudiantes.

Para que el profesorado aumente sus competencias mediáticas e informacionales y aporte una adecuada educación en medios en las aulas deben familiarizarse con la utilización de los medios de comunicación en ellas, y no solo nos referimos a los tradicionales, sino también a los medios online gracias al avance tecnológico de las últimas décadas. Por ello, el ámbito digital también recobra verdadera importancia entre los docentes, para ofrecer a los alumnos un buen uso de Internet preponderando el análisis crítico de la información que reciben a través del mundo tecnológico, un mundo cada vez más influenciable.

Esta idea fue recalcada por autores como Martínez, Islas, Campos y Redondo (2016) que, respecto al uso de los medios de comunicación en las aulas, destacan la importancia de la utilización de recursos mediáticos para apoyar el aprendizaje y la capacidad de analizar desde un pensamiento crítico por los estudiantes. A partir de esto, revelaron que el medio más usado para conseguir información es la prensa, seguida de la radio y la televisión. Por ello, se necesita aumentar el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías y los medios online en todas sus dimensiones.

Este hincapié en el ámbito digital para imponer de una manera eficaz la educación mediática en el sistema educativo inicia una línea de investigación por parte de Ferrés y Masanet (2016) para mejorar la alfabetización mediática de la sociedad, completándola con la inclusión de los *social media*. A raíz de esto, se plasman los conocimientos y habilidades que un docente debe poseer para estar cualificado en las diferentes

dimensiones que presenta la competencia mediática. Dichas dimensiones, propuestas por primera vez por Ferrés (2007), son plasmadas de la siguiente manera por parte de Pérez-Escoda, García-Ruiz y Aguaded-Gómez (2018: 3):

- La dimensión del lenguaje audiovisual, la cual agrupa el conjunto de conocimientos sobre los códigos mediante los que se expresan los diferentes lenguajes, la capacidad para utilizarlos correctamente y para analizar y producir mensajes desde la perspectiva del sentido y el significado, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros; además del dominio de la comunicación multimedia.
- La dimensión tecnológica, que reúne el conocimiento y la capacidad para la utilización de las herramientas que posibilitan la comunicación escrita, sonora, visual y audiovisual en un entorno digital, lo cual requiere de la comprensión de las funciones que desempeñan las TIC en el marco de la sociedad digital.
- La dimensión de los procesos de interacción. Esto hace referencia a la capacidad para comprender y gestionar los procesos mentales que se activan en la recepción de mensajes, para valorar críticamente y gestionar los componentes cognitivos, racionales, emocionales y contextuales que intervienen en los procesos de interacción.
- La dimensión de los procesos de producción y difusión de contenidos audiovisuales, la cual alude al conocimiento de las funciones de los procesos de producción y difusión de los medios, de las tareas de los agentes que intervienen, así como a la capacidad para elaborar, seleccionar, compartir y diseminar mensajes mediáticos a través de los social media.
- La dimensión estética, la cual señala la capacidad para analizar, valorar y extraer placer de los mensajes mediáticos desde el punto de vista de su originalidad y su calidad estética y artística.

A partir de estas dimensiones, estos autores añaden una última premisa, pero no menos importante: la responsabilidad del docente, refiriéndose al compromiso del profesorado con el desarrollo de una sociedad crítica, ética y participativa tanto en el consumo responsable de medios como en su responsabilidad ante el uso adecuado de sus estudiantes.

Para observar la presencia de las competencias mediáticas que posee el profesorado español hemos analizado un proceso de diseño y validación de un cuestionario de 2018 realizado por Pérez-Escoda, García-Ruiz, y Aguaded-Gómez, el cual mide el nivel de educación en medios de los profesores, más concretamente del profesorado universitario.

El instrumento de validación que han utilizado estos autores para el cuestionario dirigido a docentes universitarios ha sido el método Delphi, una técnica de comunicación estructurada que se basa en un panel de expertos. Los integrantes que evaluaron dicho instrumento fueron elegidos por muestreo no probabilístico. Un grupo de diez expertos investigadores fueron los asesores en este proceso, los cuales conocen dicha técnica y contienen una amplia experiencia en alfabetización mediática.

Los datos obtenidos mediante este estudio ofrecen un primer diagnóstico de la competencia mediática e informacional del profesorado universitario. En cuanto al conocimiento y uso de los medios de comunicación, los resultados del estudio muestran que el profesorado presenta un nivel alto, encontramos un perfil docente seguro de sí mismo en la utilización de los medios.

Por otro lado, cuando hablamos de ideología y valores, los datos del estudio presentan que, a pesar de tener un nivel alto en conocimiento y uso de los medios de comunicación, encontramos una media ponderada muy baja cuando nos referimos al reconocimiento de estereotipos o prejuicios de tipo racial, sexual, social, religioso o ideológico.

Además, también podemos observar que la variable del conocimiento de recursos tecnológicos presenta una mayor carencia, lo que significa una escasez en el uso y manejo de dichos recursos. Sin embargo, debemos destacar la variable de la responsabilidad docente. Esta ha recibido una mayor importancia por parte del profesorado durante el estudio. Asimismo, dentro de esta variable ha destacado con diferencia el apartado que medía el grado de importancia de la competencia mediática.

Con este análisis, podemos afirmar que el profesorado universitario parece tener, en general, un nivel de competencia mediática media-alta, destacando especialmente el interés que han manifestado por el empleo de medios de comunicación emergentes (redes sociales, Internet...) aunque no posean unos niveles avanzados en cuanto al conocimiento y uso de estos.

3.2 Nivel de alfabetización mediática en el alumnado

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la sociedad, pero, en ocasiones, puede considerarse un arma de doble filo. Por ello, es importante que el alumnado sea cauteloso a la hora de recibir información y adquieran competencias mediáticas para procesarla desde una postura crítica. Por el contrario, si el alumnado no consigue una actitud crítica ante las informaciones que ofrecen los medios, caerán en un pensamiento único y fracasarán en el intento de producir nuevas ideas a raíz de la información recibida, siendo influenciados por esta. Así, nos encontramos ante un duelo esencial el cual consiste en la formación crítica del alumnado para enfrentar la realidad de manera consciente orientada hacia el ámbito mediático.

Normalmente, en el sistema educativo se ha resaltado la labor de los profesores a la hora de ayudar al alumnado a ser conscientes de que son víctimas de los medios de comunicación. Sin embargo, esta se ha considerado una estrategia educativa insegura, ya que está basada en una premisa que da por hecho que los medios de comunicación son perjudiciales. Este enfoque educativo está dando importantes problemas y esta puede ser la razón de por qué la alfabetización mediática no esté dando sus mejores frutos en la actualidad.

Lo primero en lo que debemos hacer hincapié es que en la escuela se presupone que el alumnado no es capaz de juzgar por sí mismo la calidad de los medios de comunicación, ya que estos influyen rápidamente y de manera dañina sobre ellos. Esta presuposición no alienta a los alumnos a desarrollar competencias mediáticas e informacionales, habilidades analíticas y críticas frente a las informaciones de los medios. En realidad, esto provoca que dichas capacidades se desarrollen en ellos de manera impositiva.

Tal y como opina Robert Ferguson, director de Media Studies del Instituto de Educación de la Universidad de Londres (2000: 49):

El educador protector normalmente ofrecerá estrategias que puedan conducir al alumno a las verdades sobre la que él ya está seguro. (...) Es contraproducente en la mayoría de los casos, ya que los alumnos son muy susceptibles con respecto a los que se les dice sobre lo que les debería y no les debería gustar, y más en particular acerca de lo que ellos consideran su cultura propia. Se basa, además, en un enfoque del 'profesor sabe más' con respecto a la cultura popular.

Es interesante recalcar la figura definida por Ferguson como el educador protector. Es una realidad que el profesorado esté más informado sobre los medios de comunicación que los alumnos y que se centren en trabajar con estos para conseguir que adquieran mayores conocimientos y que así aumenten su capacidad intelectual. Sin embargo, lo que se podría considerar negativo es que el profesorado intente mantener una pedagogía basada en la superioridad moral del profesor, en la premisa de ‘el profesor sabe más’. No podemos esperar una enseñanza en medios exitosa que se base únicamente en ofrecer protección frente a los medios de comunicación. Los alumnos deben ser enseñados para estar preparados al recibir información y sean capaces de analizarla desde el punto de vista crítico.

El educador protector intenta suavizar y disimular su posición defensora, pero esto hace que se adopten aires de superioridad frente al alumnado. Existen muchos casos en los que la idea de realizar un debate sobre el verdadero propósito de la educación se considera una aspiración idealista. Sin embargo, la realidad es que la educación sobre la que discutimos debería estar basada, según Ferguson (2000: 50), “en la conciencia crítica de un cambio social y universal, y en el compromiso responsable de los valores de una democracia”.

A partir de esta reflexión sobre esta educación considerada como protectora, es el momento de hacer un contraste con la presencia de un método de enseñanza eficaz plasmado por parte de Hernández Benítez (2020), el cual consiste en la intervención de la alfabetización mediática en el aprendizaje significativo. Este último concepto fue diseñado por Ausubel, Novak y Hanesian (1963) con el objetivo de que el alumnado aprendiese nuevos conocimientos a partir de las ideas previas que posee cada uno.

Si el alumnado no consigue encontrar el sentido a lo que recibe en la escuela, solo será un aprendizaje vago, es decir, no será duradero. Hernández Benítez refleja el aprendizaje significativo poniendo un ejemplo común donde se observa realmente el objetivo de este método educativo (2020: 3):

Cuando de pequeños no sabemos amarrarnos las cuerdas de los zapatos, y se es muy niño para entender qué importancia tiene adquirir ese conocimiento, no se le toma sentido porque aun no se sabe que tan servible puede ser. Sin embargo, entrada una etapa donde el niño no puede resolver ese problema y empieza a darse cuenta de la importancia que tiene aprender a amarrarse las cuerdas (...), el niño tratará de

aprenderlo porque realmente sabe que es algo que le va a funcionar, no solo por un rato, sino para siempre. Entonces, ahí construye su conocimiento y quizá crea una manera propia de amarrarse las cuerdas.

Con este ejemplo, llevado al ámbito mediático, queremos destacar la importancia de valorar que los conocimientos que adquiera el alumnado deben tener sentido no solo a corto plazo, sino que se convierta en un conocimiento intrínseco y duradero, es decir, un aprendizaje significativo que le sirva al alumno y que lo construya a su manera.

En esta línea, la intervención de la alfabetización mediática en este aprendizaje significativo no es más que una confluencia del sistema educativo antiguo basado en la limitada comunicación profesor-alumno y la nueva percepción de la educación con el uso de la tecnología, para lograr que los alumnos adquieran las competencias mediáticas suficientes como para ser capaces de analizar cualquier medio de comunicación desde un pensamiento crítico.

Para analizar el grado de alfabetización mediática que poseen los adolescentes hemos utilizado como ejemplo una investigación basada en un cuestionario realizado por Moreno Rodríguez, Gabarda Méndez y Rodríguez Martín (2018), dirigido concretamente hacia los estudiantes de Magisterio en España. Este estudio se centra tanto en el nivel de competencias mediáticas e informacionales como en el de competencias digitales.

En base a las respuestas recibidas por parte del alumnado, dentro del área de la información podemos observar que este refleja un nivel avanzado cuando nos referimos a búsqueda y filtrado de información, ya que el 53,9% se siente capaz de usar diversas estrategias a la hora de navegar por Internet.

Por otro lado, en cuanto a la dimensión digital, los estudiantes se ven lo suficientemente capacitados a la hora de interactuar mediante las nuevas tecnologías, reflejando un nivel avanzado en esta área gracias al uso de emails, chats, blogs y diversas herramientas para la comunicación en línea. También reflejan un alto nivel de competencia digital cuando hablamos de compartir información, puesto que se ven capaces de distribuir contenidos de manera activa a través de cualquier plataforma digital.

Sin embargo, cuando nos referimos al uso de la tecnología de forma creativa, el alumnado presenta un descenso de nivel comparado con las áreas anteriores. Del mismo modo, en

la resolución de problemas conceptuales mediante el uso de las TICs, solo el 17,3% del alumnado dice tener un nivel avanzado.

Esta reducción de nivel por parte del alumnado cuando se alude a estas áreas en las que predomina el conocimiento propio y el trabajo independiente de cada uno, puede deberse a la falta de educación en medios que hemos visualizado en el sistema educativo español. El alumnado sigue presentando carencias a la hora de analizar por uno mismo, desde un pensamiento crítico, la información que reciben por parte de los medios de comunicación y eso se refleja en la falta de seguridad que transmiten en el momento en el que deben trabajar frente a ellos dentro del ámbito digital.

4. Construcción de la ciudadanía digital a través del uso de las TIC

La sociedad del siglo XXI, dado que se encuentra en medio de una confluencia de medios y lenguajes nuevos, necesita adaptación a un nuevo modelo de alfabetización que propulse el acceso a un espacio social diferente y, por tanto, a la cultura digital. Es aquí cuando llegamos al concepto de alfabetización digital.

Según la UNESCO (2011), la alfabetización digital no solo se centra en adquirir habilidades para manejar equipos y programas. Esta posee otros objetivos, como proporcionar conocimiento de lenguajes que conforman los documentos multimedia, ofrecer el conocimiento y uso de las técnicas más frecuentes de procesamiento de la información, pero, sobre todo, favorecer la actitud de receptores críticos y emisores responsables en contextos de comunicación democrática.

Sin embargo, tal y como explica Ávila Muñoz (2016), el uso de las TIC no significa estar solamente alfabetizado, significa ir más allá que el mero manejo instrumental. Se trata de conseguir habilidades para comprender los medios de comunicación, para lo que se necesita analizar las nuevas prácticas con el uso de medios a través de las TIC. Esto provoca una mayor actividad en el dominio de las tecnologías, valorando la importancia de la comunicación audiovisual en el ámbito educativo.

Por lo tanto, el concepto de alfabetización digital dirige su atención a la adquisición de competencias centradas en el uso de la información y la comunicación, no solo en las capacidades de uso de la tecnología, sino en la incorporación de competencias digitales con fines inteligentes. Lo importante de lo expuesto es el desarrollo de procesos formativos centrados en ‘aprender a aprender’, que los jóvenes se enfrenten a la

información que reciben, utilizando las implicaciones de las tecnologías y llegando a convertirse en usuarios críticos y conscientes del poder de las TIC y de la cultura que se produce y se difunde alrededor de ellas.

Para Area (2011), la alfabetización digital es un modelo integrado representado por dos columnas: una sujeta por los escenarios de la Web 2.0 y otra por competencias instrumentales, cognitivo-intelectuales y emocionales. El uso de la tecnología para mejorar el ámbito comunicativo fuerza el cambio de los métodos rutinarios por otros más modernos que alcanzan las metas educativas. Por ello, la importancia de destacar la Web 2.0, la cual es definida por Fumero, Roca y Sáez Vacas (2007: 346):

La denominada web 2.0 es una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva.

Esta web 2.0 que acabamos de definir es un buen escenario donde poner en juego lo que llamamos la Cultura de la Participación. Jenkins (2008) la define como el conjunto de los comportamientos migratorios de las audiencias, las cuales son capaces de llegar a cualquier parte buscando experiencias de entretenimiento y consumo de información. Para este autor, la participación muestra un cambio cultural en los consumidores de los social media, que no solo buscan la información en un único canal, sino que pretenden producir conexión entre los diferentes medios para formar una opinión y percepción propia de la realidad.

Además, Jenkins se refiere a la cultura participativa para distinguir entre la postura cambiante de la ciudadanía pasiva frente a los consumidores activos de los medios de comunicación. Aquí es donde el factor relacional se corresponde con la pieza principal de las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación (TRIC).

El avance de las tecnologías presenta tanto nuevos peligros como oportunidades para la sociedad de la información. Los medios digitales, y concretamente Internet, provocan el aumento de la participación activa de la ciudadanía, pero, a su vez, forma entornos imprevistos que, en un primer momento, pueden ser considerados inofensivos. Por ello,

centrándonos en el vínculo de los medios de comunicación con la educación, es necesario asegurar la alfabetización digital en los niños y jóvenes.

Dentro de una sociedad digital la cual busca ser democrática, la transparencia y la participación activa de los ciudadanos en la toma de decisiones es un aspecto fundamental que se debe tener en cuenta. Para Aparici y Osuna-Acedo (2013), la cultura de la participación es una forma de actuar de manera democrática y efectiva que afecta de forma positiva a la vida pública. Esta participación de la que hablamos es una responsabilidad, un compromiso con la sociedad en general a la hora de actuar conjuntamente. Con la cultura participativa, el individuo confía en la justicia social y en el respeto hacia los demás, con la idea de convertir el mundo en un sitio más próspero desde el contexto digital que se está construyendo.

En este contexto digital del que hablamos nacen, desde el punto de vista de Marta-Lazo (2008), individuos participativos involucrados con la información que circula por el ciberespacio con una interacción constante con sus iguales, a modo de “perceptores participantes”. Sin embargo, estos individuos participativos que menciona Marta-Lazo ya fueron clasificados por Castells (1998: 404) como: “aquellos capaces de seleccionar sus circuitos de comunicación multidireccionales y aquellos a los que se les proporcione un número limitado de opciones preempaquetadas”. Es decir, lo que conocemos como “consumidores activos” y “consumidores pasivos”, a los que hemos hecho alusión anteriormente con Jenkins.

En este ámbito comunicacional de la participación de la ciudadanía adquieren especial relevancia autores como Pisani y Piotet (2009) con su término “webactores” en espacios digitales, definidos como individuos que no solo se limitan a recibir información, sino que poseen la habilidad de producir, actuar y modificar la web. Además, este término nos lleva a señalar el concepto de “prosumidor” de Alvin Toffler, fruto de la combinación de productor y consumidor. El prosumidor, llevado al mundo de la comunicación, además de ser consumidor, tiene la capacidad de producir, compartir y difundir contenidos, con el fin de generar aprendizaje y conocimiento.

En esta nueva concepción del uso tecnológico, los *social media* están sirviendo como vehículos para propiciar la cultura de la participación activa en la ciudadanía desde el contexto digital, en la cual se observa el nacimiento de las nuevas tendencias comunicativas. Esta participación de la que hablamos es una práctica comunicativa

natural, la cual precisa de un proceso de reflexión, análisis y estudio de lo que sucede en la red. En definitiva, el proceso de alfabetización digital propicia esta participación activa de la ciudadanía, provocando una acción colectiva donde los escenarios de debate y la toma de decisiones poseen un papel protagonista en el ámbito de la información y la comunicación.

5. Alfabetización mediática en Andalucía: Estudios de caso

5.1 Asociación de la Prensa de Sevilla

Desde la visión de la Asociación de Prensa de Sevilla, la alfabetización mediática en la educación reglada es inexistente. Esta no se contempla dentro de los planes educativos cuando debería ser una asignatura obligatoria por su implicación directa en derechos constitucionales. En palabras de esta asociación, cuando hablamos de alfabetización mediática, hablamos de un universo más allá de entender cómo funcionan los medios de comunicación, cuál es su estructura, sus intereses, su responsabilidad como garantes de un derecho fundamental recogido en el artículo 20.1 de la Constitución Española, el derecho a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. En la actualidad, cuando los medios de comunicación han perdido la hegemonía de ser transmisores de la información debido al auge de las redes sociales y al exponencial ruido en el que vivimos inmersos, la APS opina que es vital el hecho de facilitar al alumnado las herramientas que les permitan discernir información veraz, honesta y contrastada de otro tipo de informaciones u opiniones que circulan por la red amparándose en la libertad de expresión. Según esta asociación, no podemos caer en el error de equiparar el derecho a expresar libremente ideas u opiniones con el derecho ciudadano a recibir una información veraz.

Para la APS, introducir la alfabetización mediática en las escuelas significa tener la oportunidad de poner en valor la función social del periodismo y la necesaria formación del alumnado en competencias y capacitaciones vinculadas con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Estos son los dos ejes fundamentales de la APS en los centros educativos. Por ello, esta organización opina que se necesita una nueva ley educativa que le dé mayor protagonismo a educar en medios de comunicación desde una temprana edad. Además, piensa que es la mejor manera de combatir la desinformación y de formar a ciudadanos con capacidad crítica. Es más, desde hace varios años, la

Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) promueve la implantación de una asignatura obligatoria en Secundaria sobre alfabetización mediática.

Sin embargo, un requisito fundamental para que la alfabetización mediática fuese una asignatura, sería, según la APS, que fuese impartida por profesionales de la educación, que accederían a la docencia mediante oposiciones, lo que ocurre con el resto de las materias. Al igual que cualquier persona no puede optar a impartir cualquier asignatura, el aprendizaje en formación mediática tampoco debería tratarse como una disciplina que no requiere una determinada capacitación y especialización. Por ello, la APS entiende que, en relación con lo anterior, en líneas generales, el profesorado adolece de las capacitaciones necesarias para formar en alfabetización mediática porque no es su ámbito de especialización. La mayoría de la sociedad consume información en distintos canales y soportes, o tiene perfiles en redes sociales, pero ese hecho no convierte a un usuario en especialista de este ámbito.

Esta organización desarrolla un programa socioeducativo en los centros de secundaria de Sevilla denominado ‘La Prensa en las escuelas’. La finalidad principal del proyecto es desarrollar en el alumnado la capacidad crítica respecto a los mensajes que reciben de los medios de comunicación, para que aprendan a contrastar las informaciones y opiniones vertidas en los mismos. Del mismo modo, esta organización hace especial hincapié en que aprendan a diferenciar contenidos informativos de los que no lo son. Algunos de los objetivos que se ha marcado la APS con este proyecto son:

- Familiarizar al alumnado con los medios de comunicación y crear hábitos de lectura, escucha y visionado comprensivo e interpretativo.
- Dotar de los recursos necesarios para adquirir un espíritu crítico y reflexivo sobre la actualidad que ofrecen los medios de comunicación.
- Usar las tecnologías de la información y la comunicación como instrumentos de aprendizaje y de trabajo.

En relación con la propagación de bulos y fake news, la APS expresa que la educación en medios no reduciría dicha propagación, pero sí su viralización. Las noticias falsas o fake news siempre han existido, lo que ha cambiado es la facilidad con la que se propagan. Según esta asociación, con la irrupción de Internet y la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las noticias falsas han proliferado a lo largo y ancho

del planeta. Un fenómeno que se ha extendido, sobre todo, gracias a las redes sociales y a que los usuarios son consumidores de contenidos, que, si no identifican bien, pueden provocar que una noticia falsa se replique innumerables veces en cuestión de segundos. Este tipo de informaciones, en su mayoría intencionadas, ponen en peligro el periodismo de calidad y el derecho de la ciudadanía a informarse con rigor y veracidad, incluso influyen de distintas maneras en las prácticas democráticas. Por este motivo, y para frenar el círculo de desinformación, la APS indica que es importante que tanto periodistas como ciudadanos tomen conciencia de que esta es una cuestión que tiene incidencia en la sociedad en su conjunto.

Para esta asociación, el futuro de la alfabetización mediática en las escuelas dependerá del Estado y de las diferentes comunidades autónomas del país, cuyas competencias en materia de Educación tienen asignadas. Por lo tanto, en primer lugar, esta organización sostiene que las administraciones competentes son las que deben tomar conciencia de la importancia de educar alfabéticamente desde primaria. Por ejemplo, en Finlandia ya ha ocurrido esto y se ha obtenido excelentes resultados. Solo de esta manera, el periodismo podrá cumplir con la función social ineludible e inherente a su ejercicio en una sociedad democrática.

En segundo lugar, desde la APS se seguirá fomentando e impulsando desde el sector privado el proyecto socioeducativo ‘La Prensa en las escuelas’, aun siendo conscientes de que una formación aislada solo sirve, según esta, para sembrar en el alumnado la inquietud por conocer el funcionamiento de los medios de comunicación, su función y responsabilidad social; el peligro de las redes sociales y las plataformas de mensajería instantánea en la difusión de falsas noticias, y despertar su interés por conocer las herramientas existentes en la lucha contra la desinformación.

5.2 Consejo Audiovisual de Andalucía

Tal y como refleja el Consejo Audiovisual de Andalucía, el entorno digital forma ya parte del mundo en el que vivimos, aportando a nuestras vidas nuevos hábitos que llegan de la mano de innovaciones tecnológicas. Para esta organización resulta interesante destacar que dichas innovaciones requieren de un conocimiento y aprendizaje altamente necesario para los usuarios, incluyendo tanto a jóvenes como a adultos. Si bien se presenta imprescindible conocer las herramientas, tanto aprender de ellas como utilizarlas correctamente.

Tradicionalmente, desde el punto de vista del CAA, aprender a leer y a escribir se consideraban las dos herramientas básicas para comprender y hacerse cargo de la realidad, pero a lo largo de la historia, los códigos y lenguajes que caracterizaban a la sociedad han cambiado. La progresiva aparición de nuevos códigos, modos y medios para comunicarse han dado lugar a una nueva sociedad, en la que la alfabetización tradicional resulta insuficiente. Otras habilidades individuales se vuelven necesarias para considerar que un individuo está realmente alfabetizado y, por tanto, preparado para la vida del siglo XXI.

La realidad para esta institución es que somos parte de una época altamente digital impulsada por Internet y por las redes sociales. Estos soportes aportan grandes beneficios si se usan de manera positiva, pero, al mismo tiempo, un uso indebido plantea serias amenazas, especialmente al público más vulnerable como son los menores, poniendo en riesgo tanto su desarrollo personal como sus relaciones sociales.

La alfabetización mediática es un aprendizaje necesario que nos permite aprovechar las posibilidades que nos brinda la sociedad del conocimiento y al mismo tiempo nos enfrenta a retos que propone esta sociedad. Es cierto que la CAA no se dedica directamente a introducir la alfabetización mediática en el sistema educativo, pero sí a trabajar para destacar su importancia en la sociedad actual. Es más, según esta organización, es una labor de todos, y de ahí que abra el diálogo y la participación conjunta con otros organismos, entidades y medios de comunicación, a quienes la Ley Audiovisual de Andalucía 10/2018 en su artículo 32.1 obliga a los prestadores tanto autonómicos y locales, como públicos y privados, a destinar un espacio de tiempo de emisión en antena a promocionar e incentivar la alfabetización mediática y el desarrollo del espíritu crítico de los espectadores sobre los contenidos audiovisuales que reciben.

Por todo ello, la CAA es consciente del relevante papel que adquiere la alfabetización mediática y en su función de salvaguardar los derechos de los menores de edad trabaja participando en actividades variadas que ayuden a desarrollar el espíritu crítico ante una película de cine, tal y como llevó a cabo el pasado mes de noviembre en el marco de la celebración del Festival de Cine de Sevilla.

Recientemente, el consejo ha publicado unas Recomendaciones dirigidas a padres y educadores, con la idea de que sirvan de ayuda en la necesaria tarea educativa, facilitándoles en el entorno digital el encuentro de un buen aliado y no un peligroso adversario. Asimismo, la CAA seguirá promoviendo el intercambio de buenas prácticas

y apoyará el desarrollo de iniciativas políticas. También proporcionará un apoyo considerable a la alfabetización mediática mediante el concurso “El audiovisual en la escuela”, dirigido al fomento del desarrollo del espíritu crítico en los jóvenes escolares de Andalucía a la hora de abordar los contenidos que encuentran en la red. Actualmente, la CAA está trabajando en la elaboración de un estudio sobre la manera de ‘Cómo abordar las fake news’, dirigido a los adultos con jóvenes a su cargo, como son los padres y educadores.

Por último, debemos hacer mención del Barómetro Audiovisual de Andalucía, una publicación anual que elabora el consejo donde en su reciente publicación, que recoge datos del 2019, destaca la preocupación que existe en las familias andaluzas por la vulnerabilidad de los menores en la red, principalmente por el acceso a contenidos inapropiados, la proliferación de bulos o fake news y las dificultades de los padres para ejercer control sobre los contenidos a los que acceden.

Como conclusión, podemos observar que tanto la APS como la CAA son organismos que tienen presente la importancia y necesidad de una educación en medios para la sociedad del siglo XXI. No obstante, notamos cómo cada una hace hincapié en un soporte diferente; aunque la APS sea consciente de que estamos en una época digitalizada, se centra más en una educación escalonada, ofreciendo actividades con medios de comunicación como la prensa, mientras que la CAA muestra toda su atención en los medios digitales y la tecnología, haciendo ver su preocupación por el mal uso de Internet por parte de menores de edad. La APS está enfocada en el sistema educativo español y su desconocimiento ante la alfabetización mediática, mencionando al profesorado y la especialización de estos en este concepto, mientras que la CAA muestra su apoyo a la promoción de la educación en medios mediante emisiones a través de la televisión para concienciar a la sociedad de la importancia del espíritu crítico.

Sin embargo, es indiscutible que, tanto una organización como otra, llevan por bandera sacar a la luz el verdadero protagonismo que recobra la alfabetización mediática justo en la época que estamos viviendo, utilizando todas las herramientas de las que disponen para seguir intentando que la sociedad disponga de las suficientes competencias mediáticas y digitales para enfrentarse a los medios de comunicación con una actitud activa y crítica ante estos.

Conclusiones

La sociedad de la información en la que vivimos debe estar preparada para manejarse en este mundo mediático que le ha tocado vivir. En dicho mundo, la ciudadanía está inmersa en una lluvia constante de información, incluso llegando a la saturación informativa. Por ello, es necesario que se adopte esa actitud crítica que se refleja durante todo este trabajo. Esta actitud se adquiere mediante la alfabetización mediática, la cual provoca que seamos capaces de enfrentarnos a los medios de comunicación cultivando nuestras propias opiniones a través de estos evitando ser influenciados. En este sentido, todo el peso recae sobre la educación, la cual representa un campo cautivador en el que invertir estos esfuerzos de la formación de una ciudadanía mediática para el siglo XXI.

A través de la educación en medios y el desarrollo de la competencia mediática y digital, el profesorado puede llevar a cabo propuestas alternativas del uso y la comprensión de los medios de comunicación y la tecnología educativa, dando lugar a ese punto de intersección entre las necesidades de los estudiantes y las expectativas de la sociedad de la información de esta época. Estas posibilidades son viables en la medida que se presenten opciones políticas y pedagógicas sobre la alfabetización mediática en las escuelas, algo que sigue escaseando, al menos, en el sistema educativo español.

En definitiva, es necesario empoderar a la ciudadanía, sobre todo a los jóvenes desde una temprana edad para que tengan la oportunidad de adquirir estas competencias mediáticas precisas para acceder, comprender y analizar el contenido que reciben por parte de los medios a través de un pensamiento crítico y hasta distinguir la información falsa de la verdadera. Todo ello se consigue realizando una apuesta positiva por la alfabetización mediática en el ámbito educativo, con un sentido cívico que fortalezca la democracia construyendo una sociedad informada que tenga la oportunidad de decidir libremente.

Bibliografía

Alfabetización mediática: cómo y porqué introducirla en el aula. (2019b, noviembre 14). Recuperado de <https://www.aulaplaneta.com/2019/11/14/recursos-tic/alfabetizacion-mediatica-como-y-porque-introducirla-en-el-aula/>

La enseñanza de los medios de comunicación. (2016). Recuperado de https://www.elnacional.com/historico/ensenanza-los-medios-comunicacion_27684/

- Aguaded Gómez, J.I., Monescillo Palomo, M. (1997). La Educación en Medios de Comunicación. *Comunicar*, (8), p. 13-29
- Aguaded Gómez, J.I., Monescillo Palomo, M. (2007). La Educación en medios en Europa. *Comunicar*, (28), p. 61-68
- Aparici, R., Osuna Acedo, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4, (2), p. 137-148
- Ávila Muñoz, P. (2016). Construcción de ciudadanía digital: un reto para la Educación [archivo PDF]. Recuperado de <https://p3.usal.edu.ar/index.php/supsignosead/article/view/3666>
- Bernabeu Morón, N., Esteban Ruiz, N., Gallego Fernández, L., Rosales Páez, A. (2011). Alfabetización Mediática y Competencias Básicas [archivo PDF]. Recuperado de <https://sede.educacion.gob.es/>
- Buckingham, D. (2015). La evolución de la educación mediática en Reino Unido: algunas lecciones de la historia. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 29, (1), p. 77-86
- CDE Almería - Centro de Documentación Europea - Universidad de Almería. (2019, marzo 18). Semana europea de la alfabetización mediática. Recuperado de <https://www.cde.ual.es/semana-europea-de-la-alfabetizacion-mediatica/>
- Cebrián Herreros, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2898201>
- Cobo, C., Moravec, J.W. (2011). Aprendizaje invisible Hacia una nueva ecología de la educación [archivo PDF]. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Culver, S. H., Jacobson, T. (2012). Alfabetización mediática como método para fomentar la participación cívica. *Comunicar*, 20, (39), p. 73-80
- Fainholc, B. (2010). Uso pertinente de las TIC para una formación ciudadana digital [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3265867>
- Fedorov, A. (2011). Alfabetización mediática en el mundo [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4272298>
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054552>
- García-Ruiz, R., Gozávez Pérez, V., Aguaded Gómez, J.I. (2014). *La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación* [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5010283>
- García-Ruiz, R., Gozávez, V. y Aguaded, J.I. (2014). La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación [archivo PDF]. Recuperado de <https://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.35.623/0>

- González Fernández, N., Gozávez Pérez, V., Ramírez García, A. (2014) La competencia mediática en el profesorado no universitario. Diagnóstico y propuestas formativas [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4965931>
- Jordán Correa, D., Arias Valladolid, C., Samaniego Rivas, G. (2017). La participación del Prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal*, 2, (11), p. 179-185
- Margalef Martínez, J.M. (2010). Políticas educativas y alfabetización mediática para una educación de calidad en España en el siglo XXI: consulta a expertos [archivo PDF]. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/57331>
- Marín-Gutiérrez, I., Rivera-Rogel, D., Velásquez Benavides, A. V., García Ruíz, R. (2019). Competencias Mediáticas en estudiantes universitarios/as de Iberoamérica. *Prisma Social*, (26), p. 73-93
- Méndez, J.M., Monescillo, M. (2003). *Orientar para educar en el consumo de los mensajes mediáticos* [archivo PDF]. Recuperado de www.revistacomunicar.com
- Miguel, A. V. (2018, junio 12). Escaso conocimiento de los usuarios españoles de noticias online sobre los medios | Digital News Report España 2019. Recuperado de <https://www.digitalnewsreport.es/2018/escaso-conocimiento-de-los-usuarios-espanoles-de-noticias-online-sobre-los-medios/>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016). Integración de las competencias ALFIN/AMI en el sistema educativo: referencias, contexto y propuestas [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.ccbiblio.es/>
- Moreno Rodríguez, M. D., Gabarda Méndez, V., Rodríguez Martín, A.M. (2018). Alfabetización Informacional y Competencia Digital en estudiantes de Magisterio. *Profesorado*, 22, (3)
- Naciones Unidas (2015). Declaración Universal de los Derechos Humanos [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.un.org/>
- Núñez, L. (2019, diciembre 30). Cultura de la convergencia de Henry Jenkins. Recuperado de <https://www.maclucan.com/2013/08/07/cultura-de-la-convergencia/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional. Currículum para profesores* [archivo PDF]. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>
- Osuna-Acedo, S., Frau-Meigs, D., Marta-Lazo, C. (2018) Educación Mediática y Formación del Profesorado. Educomunicación más allá de la Alfabetización Digital. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 91 (32.1), p. 29-42.
- Peñalva-Vélez, L., Napal Fraile, M., Medioroz Lacambra, A. M. (2018). Competencia digital y alfabetización digital de los adultos (profesorado y familias) [archivo PDF]. Recuperado de <http://www.revistas.uma.es/index.php/NEIJ/article/view/4892>
- Pérez Rodríguez, M.A (2007). *Declaración de UNESCO en Grunwald (Alemania)* [archivo PDF]. Recuperado de www.revistacomunicar.com

- Pérez-Escoda, A., García-Ruiz, R., y Aguaded-Gómez, I. (2018). La competencia mediática en el profesorado universitario. Validación de un instrumento de evaluación. *@tic revista d'innovació educativa*, 21, p. 1-9
- Ponte, C., Contreras-Pulido, P. (2013). Presente y futuro de la alfabetización mediática en Europa: el caso español y portugués [archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791037>
- Quevedo-Pacheco, N. (2014). Alfabetización Informacional. Una introducción y acercamiento sobre algunos de los aspectos más importantes de la Alfabetización Informacional (ALFIN) o Competencias Informativas [archivo PDF]. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/>
- Renés-Arellano, P., Caldeiro Pedreira, M.C., Rodríguez Rosell, M. M., Aguaded, I. (2018). Educlips: proyecto de alfabetización mediática en el ámbito universitario. *Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação*, 12, (1), p. 17-39
- Salinas Ibáñez, J. (1999). Uso educativo de las redes informáticas. *Educación*, (25), p. 81-92.
- Tornero, M. (2017). Orígenes de la alfabetización mediática y fundamentación teórica basada en Len Masterman. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6189764>
- Valle-Razo, A. L., Torres-Toukourmidis, A., y Romero-Rodríguez, L. M. (2020). Diseño de un instrumento para la evaluación de la alfabetización mediática en adolescentes. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 11, (1), p. 28-44
- Valverde-Crespo D., Pro-Bueno A., González-Sánchez, J. (2018) La competencia informacional-digital en la enseñanza y aprendizaje de las ciencias en la educación secundaria obligatoria actual: una revisión teórica. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias* 15, (2), p. 02-13
- Wilson, C. J. T. &. (2018). Los conceptos fundamentales para el Alfabetismo en Medios ayer, hoy y mañana. Recuperado de <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/alfabetismo-en-medios-2>