



REVISTA DIGITAL DE INVESTIGACIÓN
EN DOCENCIA UNIVERSITARIA
e-ISSN: 2223-2516

Revista Digital de Investigación en
Docencia Universitaria

E-ISSN: 2223-2516

revistaridu@gmail.com

Universidad Peruana de Ciencias
Aplicadas
Perú

Caldeiro-Pedreira, Mari-Carmen; Aguaded-Gómez, Ignacio
ALFABETIZACIÓN COMUNICATIVA Y COMPETENCIA MEDIÁTICA EN LA SOCIEDAD
HIPERCOMUNICADA

Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, vol. 9, núm. 1, enero-junio,
2015, pp. 37-56

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Lima, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498573046003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ALFABETIZACIÓN COMUNICATIVA Y COMPETENCIA MEDIÁTICA EN LA SOCIEDAD HIPERCOMUNICADA

COMMUNICATIVE LITERACY AND MEDIA COMPETENCE IN THE HYPERCOMMUNICATIVE SOCIETY

Mari-Carmen Caldeiro-Pedreira* e Ignacio Aguaded-Gómez**
Universidad de Huelva, España

Recibido: 13/10/14

Aceptado: 28/04/15

RESUMEN

El ecosistema comunicativo crece y se produce en la sociedad tecnológica actual, donde prima la hipercomunicación; en este ambiente, una ingente cantidad de pantallas difunde contenidos audiovisuales que conforman la opinión y comportamiento de los receptores. Las distintas formas de interacción presencial y virtual, así como la vorágine mediática, requieren de la formación y alfabetización, no sólo comunicativa sino igualmente audiovisual, que pretende el alcance de la actitud crítica a través del desarrollo del conjunto de habilidades necesarias para la comunicación presencial y virtual. En este sentido, la presente investigación trata de justificar el interés y necesidad del crecimiento de la competencia mediática como forma de expresión autónoma y crítica. Esta temática centra el interés de diferentes organismos e instituciones de carácter nacional e internacional y guarda estrecha relación con la educación mediática que debe llevarse a cabo por los formadores y también por los profesionales de la comunicación.

Palabras clave: ecosistema comunicativo, sociedad hipercomunicada, alfabetización, competencia mediática, autonomía crítica.

ABSTRACT

The communicative ecosystem develops and takes place in today's technological society where hypercommunication is prioritized. Within this context, an enormous number of screens broadcast audiovisual contents that shape the recipients' opinion and behavior. The different types of face-to-face and virtual interaction, as well as the media maelstrom, require training and literacy, not only communicative but also audiovisual, aimed at the attainment of a critical attitude through the development of the skills necessary for face-to-face and virtual communication. In this sense, this research intends to justify the interest and need for growth of media competence as a form of autonomous and critical expression. This topic attracts the interest of different national and

*mariccaldeiro@yahoo.es

**aguaded@uhu.es

international organizations and institutions, and is closely related to the media education that should be carried out by trainers and communication professionals.

Keywords: communicative ecosystem, hyperconnected society, literacy, media competence, critical autonomy.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, ha habido múltiples concepciones del término “alfabetización”, y este ha ido evolucionando y adaptándose a las necesidades de cada momento. Su importancia no es cuestionable, como tampoco lo es el derecho a sí misma; durante el último tercio del siglo xx, diversos autores como Roig (1978) o Postman y Weingartner (1969) hacían referencia a la relevancia y trascendencia de la concepción del aprendizaje entendido como un proceso que conduce a la adquisición y aumento de la actitud crítica, idea que posteriormente ha ampliado Myers (2011) en relación con el pensamiento crítico y la mejora de la comprensión.

Unos y otros se han referido al derecho dirigido a la educación, tanto de los niños como de los mayores, que persigue la erradicación del analfabetismo; concepto que hoy en día se entiende de forma diferente a como se hacía inicialmente. Actualmente, y debido en buena medida a la evolución de los medios y tecnologías de la información, se instaura la necesidad de que el sujeto, incluso al saber leer y escribir, desarrolle la capacidad que le permite decodificar la información. No es suficiente con utilizar los medios, sino que se requiere de la comprensión de la información que emiten. La presencia de múltiples formatos, que emergen de forma casi diaria, provoca y justifica la necesidad de aprendizaje continuo a lo largo de toda la vida. La superación del analfabetismo digital y tecnológico implica la evolución de personas que alcancen una actitud

crítica y reflexiva, con base en la participación y la interrelación de la ciudadanía.

Con frecuencia se alude, especialmente en las últimas décadas, al concepto alfabetización, término que abarca un conjunto de competencias vinculadas inicialmente con la escritura. En un principio, la adquisición de tales habilidades se adscribía, de forma casi exclusiva, a la escuela; su alcance poseía un carácter universal y no homogéneo. Según indica la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO, 2006) en el Informe de Seguimiento de la educación para todos en el mundo, además de la evolución del concepto, han de tenerse en cuenta las diferentes formas en que se practica la alfabetización, cuestiones que vienen condicionadas por el contexto y la cultura.

Los cambios sociales, tecnológicos e informativos requieren de la alfabetización como forma de adquisición de las competencias críticas, que permiten el crecimiento de la ciudadanía autónoma, capaz de emitir propios, desligados de cualquier posible influencia. Para ello, y según señala el Informe de Seguimiento de la Educación Para Todos en el Mundo (2006), es necesario el incremento del conjunto de competencias críticas que permite expresarse, explorar, comunicar y comprender la circulación de ideas entre los individuos en ambientes tecnológicos.

En este estado, de constante evolución y cambio, en el cual el diálogo constituye la base de

la comunicación, diversos autores como Pérez-García y Melaré (2009) o Gutiérrez-Martín (2003) aluden a la alfabetización múltiple que persigue, por un lado erradicar el analfabetismo y, por otro, generar sujetos críticos. Todo ello se consigue gracias al aprendizaje, entendido como un proceso que se extiende a lo largo de toda la vida del sujeto. Asimismo, se concibe como la adquisición de un conjunto de competencias de carácter universal, habilidades que trascienden la lectoescritura y engloban otros saberes considerados básicos en la era de la comunicación tecnológica.

En el transcurso de las últimas décadas del siglo xx y principios del actual, se desarrolla el movimiento en pro de la alfabetización, cuyo origen se sitúa a mediados del siglo pasado. Lo lidera Freire, en torno a 1970; posteriormente, en la década de 1980-1990, se asiste a su disminución. El descenso viene liderado por la falta de interés que manifiestan los organismos públicos, situación que se modifica a comienzos del actual siglo, llegando a alcanzar hoy el clímax de su recuperación.

Actualmente, la idea de “conectividad permanente” (Serrano-Puche, 2013) impera en el ecosistema comunicativo y justifica la necesidad de capacitación crítica del receptor, sea cual fuere su edad. Existen diversos informes, donde se observa la descripción de la situación y su análisis desde múltiples puntos de vista. Pese a todo, se aprecia una marcada carencia de programas que puedan aplicarse a la realidad social imperante. Su presencia va incrementándose de forma sucinta y paulatina, quizás debido a que se trata de un proceso cuyo desarrollo impide la existencia de este tipo de materiales.

A la falta de recursos se suma la carencia de una conciencia autónoma propia, ausencia que dificulta la comprensión de la información

y condiciona la forma de pensar y actuar de aquellos sujetos que, lejos de reflexionar, se limitan a reproducir conductas mediáticas. Reproducen comportamientos que han sido observados en el entorno multipantalla y que son difundidos sin ningún tipo de análisis debido al bajo o nulo avance, por parte del receptor, de la dimensión de la producción e interacción con los contenidos audiovisuales.

Situaciones de esta índole justifican la intervención de la educación, que se encuentra con un reto importante: la capacitación del receptor, tarea que puede desarrollarse, por otra parte, de forma más sencilla, dado que se cuenta con herramientas que antaño se desconocían. La introducción de las tecnologías y nuevas formas de comunicación en la sociedad, no son sólo perniciosas porque favorecen el trabajo de los agentes formativos, por un lado los liberan de la tradicional labor repetitiva y, por otro, permiten el aumento de la creatividad por parte del receptor. El uso y manejo correctos de las nuevas formas de comunicación confieren un valor añadido y positivo a la vida de la persona; además de ello, contribuyen al crecimiento de las sociedades de las que forman parte y en las que se incluyen.

La mera presencia de los nuevos recursos tecnológicos no conduce a la evolución de la sociedad, dado que resulta insuficiente; por tanto, se complementa con la comprensión e interpretación de los mismos, así como de su contenido. La presencia de estos medios en los diferentes ámbitos sociales impide que, de forma exclusiva, la escuela pueda resolver la cuestión de la alfabetización. Es así que, de la situación se deriva la ampliación de la labor formativa al resto de agentes que adquieren esta tarea, para la cual no han sido concebidos. Se trata de desarrollar individuos alfabetizados que conformen sociedades donde prime la

participación, la interrelación y la comprensión tanto tecnológica como individual.

Conscientes de la omnipresencia de medios y la emergencia de diversas formas de comunicación, y dado que el contacto con los nuevos dispositivos no implica la capacitación, con el fin de generar conciencia crítica en la ciudadanía se propone la formación del receptor. Este, independientemente de su edad, debe incrementar la habilidad que le permita asimilar los contenidos y elaborar otros de forma autónoma y crítica. Por ende, se persigue el adelanto de la competencia mediática, descrita en función de seis dimensiones: lenguaje, tecnología, interacción, producción, axiología y estética (Ferrés, 2006). Todas ellas, han de implementarse en mayor o menor grado y según se trate de nativos o de inmigrantes digitales (Prensky, 2001), entre unos y otros.

Alfabetización y educación mediática: desarrollando la conciencia crítica

La globalización contribuye al desarrollo de la cultura mediática y la proliferación de la comunicación como forma de interacción, tanto presencial como virtual. El surgimiento y posterior implantación de las emergentes formas de transmisión de la información, así como la presencia de los múltiples cambios que acaecen, especialmente a lo largo de los últimos años del siglo pasado y principios de este, implican la necesaria capacitación del sujeto. Este, sea cual fuera su edad, debe lograr hacer crecer una serie de habilidades comunicativas versátiles, cualidades que han de discurrir acordes a las necesidades derivadas de la combinación de diferentes lenguajes y formas de comunicación.

Entre otras, estas cuestiones justifican el origen y presencia de las competencias, de

forma especial la mediática, habilidad que ha de incrementarse desde la educación de tal índole: la denominada educación mediática. Esta formación se concibe como un proceso centrado en la enseñanza y el aprendizaje de los medios; de estos dos procesos deriva una serie de resultados, con base en el conocimiento de las habilidades adquiridas.

La educación mediática se entiende como el avance de la actitud crítica y la participación, cualidades que favorecen la creatividad, especialmente por parte de los jóvenes (Buckingham, 2005). A través de ella, se pretende la capacitación del sujeto como consumidor que posee los atributos que le permiten valorar e interpretar la ingente cantidad de formas de comunicación. Se adscribe o vincula al razonamiento, que contribuye a la inclusión del sujeto en la sociedad; en este caso, la mediática, donde le ha tocado vivir.

Constatada la influencia y marcada repercusión de los medios, y la facilidad con la que los receptores, especialmente los de edades inferiores, pueden verse manipulados, urge la enseñanza y capacitación de los mismos. Para ello, se propone la puesta en marcha e incremento del proceso formativo basado en el análisis y argumentación, cualidades básicas en las que todo consumidor racional logrará grandes avances. Asimismo, la evolución de las mencionadas características favorece la emisión de juicios, ya sean éstos de valor o críticos.

La educación mediática se entiende, según Buckingham (2005), como un instrumento capaz de desengañar de falsas creencias y con posibilidad de fomentar en el sujeto la forma de enfrentarse con los problemas, tanto sociales como culturales o mediáticos.

A lo largo de las últimas décadas, existieron varias aproximaciones al concepto y desde diferentes ópticas emergieron estudios que trataron de clarificar el término. Diversos escritos constatan la necesidad de reflexión, más o menos profunda, y la de análisis del medio que se desarrolla en la era de la globalización.

La inclusión de internet, en la vida diaria y en la mayoría de los ambientes, ha marcado un hito con respecto a épocas anteriores. La información se difunde en forma vertiginosa y de un emisor a varios receptores. Estos factores, justifican la necesidad de capacitación del receptor y del emisor, y la generalización a la hora de referirse a la inclusión de los medios de comunicación en el aula.

Distintos profesionales de la comunicación y los medios, tanto dentro como fuera de las fronteras, se muestran preocupados e inquietos a la hora de afrontar la emergente situación. Entre estos destacan, por ejemplo, Gabelas-Barroso (2009), que responsabiliza, en buena medida, a las instituciones de la introducción y de la integración de los nuevos medios en el aula. Para el autor, el crecimiento de los proyectos de educomunicación requiere de un conjugado de factores donde adquiere especial relevancia la mentalidad, la capacidad de desaprender, la voluntad política y la dotación de equipos que posibiliten y favorezcan el avance de la tarea por parte de los profesionales de la educación.

La idea, que se proyecta desde España, trasciende fronteras, y la comparten diferentes autores que coinciden al afirmar que la realización del proyecto educomunicativo posee un carácter interdisciplinar y transversal. Además, el proyecto no puede desvincularse de la realidad existente y como tal debe tener en cuenta la situación digital presente y la diferencia que se establece entre los nativos y los migrantes digitales; apela a la capacitación

que ha de proyectarse desde múltiples ópticas, cuestión que comparte, entre otros, García-Galindo (1999), para quien resulta fundamental tener en cuenta, por un lado los múltiples medios y formas de comunicación existentes hoy en día y, por otro, su relación con la ciudadanía. En cuanto a ésta última, incluye la formación de la que dispone para el adecuado uso de los medios, y con exceso destaca su grado de responsabilidad tanto a la hora de analizar la información a la que accede, como cuando se trata de crear nexos de unión entre unos y otros.

Atrás ha quedado la idea que hacía referencia a que la audiencia se erige como un receptor pasivo de los omnipotentes medios, las diferentes modificaciones sociotecnológicas hacen referencia a la demanda, antes mencionada, de receptores capaces de analizar y de producir imágenes e información. Para ello, resulta fundamental, “fortalecer destrezas mediante la experiencia práctica y el ejercicio de entornos de coaprendizaje” (García-Leguizamon, 2010, p. 87), destrezas capaces de favorecer la autonomía para el adecuado uso de los medios.

El uso del que se habla en el párrafo anterior, trasciende el sector cognoscitivo para centrarse en el axiológico, al tiempo que busca incrementar una ciudadanía altamente cualificada, capaz de discernir los valores y estereotipos que los medios y pantallas difunden. Gira en torno al estudiante, pero no puede limitarse de forma exclusiva a éste; entre sus cometidos se encuentran los receptores audiencia, los emisores. La formación, entendida como se viene describiendo, pretende la capacitación del receptor no únicamente como tal, sino además como un productor que puede realizar su trabajo salvando cualquier incorrección axiológica o actitudinal.

Para ello, resulta fundamental el conocimiento como factor que favorece

la evolución de productores capaces de realizar su trabajo conforme a las pautas éticas y legislativas adecuadas. Con respecto a ésta última, la regulación, se auspicia el cumplimiento por parte de los productores que han de amoldarse a las prescripciones coercitivas y a los principios deontológicos.

Actualmente, resulta incuestionable, como indican, entre otros, Ambròs y Breu (2011), que los medios de comunicación se fundamentan sobre el juego de la credibilidad, intentando crear dependencia y manipulando el pensamiento lógico y la capacidad de raciocinio del receptor, y utilizan las imágenes que complementan con las palabras.

Hoy en día, cobra especial importancia la imagen en movimiento, que se difunde a través de la televisión o el cine, o por medio de internet. Ésta última y reciente forma de comunicación supone, como refleja Castells (2001) en su obra, un nuevo procedimiento más interactivo, capaz de transmitir la realidad al instante y, en ocasiones, sin posibilidad de contrastar. Su inmediatez dificulta la comprensión de la información que transmite y la emisión de un juicio razonado; contribuyendo, de algún modo, con el afianzamiento de la brecha que se establece entre aquellos que han alcanzado un alto grado de competencia, tanto comunicativa como audiovisual y digital, y quienes carecen de él. De ahí que se abogue por la comprensión e interpretación crítica como elemento crucial en la era de la información y en la sociedad democrática.

Tal enfoque no trata de “sustituir las respuestas ‘subjetivas’ con otras pretendidamente ‘objetivas’, ni de neutralizar el disfrute de los medios por medio del análisis racional” (Buckingham, 2005, p. 125). La óptica pretende, como cita más adelante el mencionado autor, “desarrollar un estilo más reflexivo de enseñanza y aprendizaje, que permita a los estudiantes valorar atentamente su propia

actividad como ‘lectores’ y como ‘escritores’ de textos mediáticos” (Buckingham, 2005, p. 127).

La consecución de tal objetivo puede lograrse de forma más sencilla si se impulsa el diálogo, base de la comunicación y pilar fundamental sobre el que se incrementan las sociedades dialógicas; construcciones que centran su interés en la interconexión y la comprensión, cuestiones fundamentales y a tener en cuenta por parte del educador que, debido a los cambios y evoluciones tecnológicas actuales, se ha convertido en un guía. Hoy es un promotor del aprendizaje que debe conducir al sujeto hacia la reflexión y la producción de materiales nuevos. Esta actividad, que se centra en la formación de la personalidad moral del sujeto, ha de crecer tanto desde la educación formal como la no formal.

Asimismo, esta tarea compete a la totalidad de agentes que contribuyen a su capacitación, dado que la educación no es una tarea sectorial que se le atribuye de forma exclusiva a la institución educativa, sino que tal empresa corresponde también a la familia y a los propios medios (Camps, 2001). Estos últimos demandan, como indica la autora, una educación que enseñe a comprenderlos.

Dotar a la ciudadanía de la capacidad que le permite comprender los medios, no supone una tarea que se adscriba exclusivamente a los profesionales de los medios, quienes se resisten por un lado, a que se les impongan límites desde el exterior y, por otro, a encargarse de una labor formativa. Tal desajuste y falta de acuerdo, guardan relación con la responsabilidad, principio que los profesionales de los medios deben respetar de forma inexcusable y que ha de complementarse con la formación que tradicionalmente se atribuía, de forma exclusiva, a los educadores.

A estos últimos les compete, de forma prioritaria, la formación, por tanto deben contar con los conocimientos mínimos que los capacitan para abordar, de manera consciente y real, la situación. Si los responsables de los medios de comunicación respetan los principios deontológicos básicos a la hora de ofrecer información, y los docentes poseen los conocimientos necesarios y están actualizados, la tarea formativa será más sencilla. De cumplirse las premisas citadas, la capacitación del receptor audiencia resultaría más rápida y eficaz. Del mismo modo, el alcance de la actitud crítica y la reflexión se alejaría de la utopía para convertirse en un hecho constatable. De tal forma, se entiende que la labor de unos y otros tenderá hacia la construcción de una ciudadanía democrática y participativa, donde predomine la presencia de personas que posean y desarrollen, por un lado, valores éticos y no únicamente de consumo y, por otro, habilidades favorables al avance tanto de las competencias técnicas como de la comunicacional y la mediática; cualidades todas ellas que permiten al sujeto el alcance y consolidación de la mencionada actitud crítica.

A la consecución y alcance de tal objetivo contribuye, según se expone, la educomunicación, que permite el conjugado de la tarea propia de la educación y la comunicación. Ello se debe, como señalaban distintos autores entre los que destaca Kaplún (1998), a que educación y comunicación son una misma cosa y educar es siempre comunicar. Conforme indica el autor, toda educación constituye un proceso de comunicación, por este motivo postula una pedagogía comunicacional, basada en la premisa de que la comunicación de algo presupone su conocimiento. El autor aboga, también, por un amplio aprovechamiento de los recursos mediáticos como formas de enseñar y de generar emisores activos y receptores críticos. Defiende, por tanto, la educomunicación como la forma

de involucrar en el proceso de interacción a los diferentes miembros de la sociedad.

Además de Kaplún (1998), diferentes pedagogos, sociólogos o comunicólogos centran el interés de sus estudios en la educomunicación, en relación con el ambiente cultural y el medio en los que se desarrolla. Los espacios donde ambos se producen no pueden discernirse ni estudiarse de forma independiente; así, por ejemplo, en la escuela se producen relaciones sociales y culturales y los miembros de tal institución interaccionan de forma plural y en ocasiones conflictiva. A este espacio se añaden, entre otros, los tecnológicos donde están presentes los medios; igualmente los espacios. Es importante hacer referencia a los modelos de interpretación y de conformación de identidades basados en la comunicación, ya sea presencial o virtual. En estos contextos se llevan a cabo relaciones subjetivas, dado que la realidad aparece, en ocasiones, mediatizada, y se presenta a los ojos del receptor como objetiva y total.

Según puede constatar, los distintos entornos en los que evoluciona la comunicación, su versatilidad y capacidad de cambio determinan y justifican la necesidad de alusión al importante papel de la educomunicación. Ésta posee un marcado carácter transversal e interdisciplinar que contribuye al alcance del objetivo fundamental: prepara al receptor para la comprensión e interpretación de los medios y de la información que difunden.

Su principal objetivo debe centrarse en la propagación de la alfabetización que “se refiere al conocimiento, las habilidades y las competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios” (Buckingham, 2005, p. 71). Su finalidad converge en un punto concreto: la comprensión de la influencia y funciones de los diferentes medios de comunicación, tanto

de los más como de los menos recientes. Se trata de conseguir que la audiencia sea capaz de desmitificar el contenido que ofrecen los textos, las imágenes y los sonidos mediáticos. Esta similitud y la relación que se establecen entre una y otra hacen que se institucionalice, a comienzos del siglo xx, la idea referida a:

La posibilidad de una educación para la alfabetización —de la que la educación en medios de comunicación puede, ahora, ser considerada como una parte integrante— que se extienda más allá de la escolarización formal hasta llegar a todos los tipos de educación (Emery y Rother, 2000, p. 91).

Los mencionados autores, señalan que la educación es un proceso que trasciende la mera escolarización o la educación formal. Esto se debe, principalmente y entre otros factores, a que la ciudadanía se encuentra en continuo contacto con tales medios y, por tanto, debe saber utilizarlos en cualquier sector. Asimismo, es necesario que comprenda el significado de la información que transmiten; por ende, y para alcanzarla, resulta básica y fundamental la capacitación del sujeto que ha de adquirir las habilidades necesarias que le facultan para el desarrollo y alcance del sentido crítico en una sociedad bombardeada, de forma continua, por los mensajes mediáticos. Con el fin de abordar las distintas relaciones entre estos y la educación, surge la educación mediática que favorece la evolución e implantación de la alfabetización de la ciudadanía. Tal formación trasciende los límites meramente tecnológicos para centrarse, como indica Gozálviz y Aragón (2011), en un uso responsable y ético de los medios y las tecnologías más y menos recientes.

En la misma línea, se sitúan las afirmaciones de Area y Ribeiro (2012), quienes

entienden la alfabetización como una meta que persigue el crecimiento en el sujeto de la capacidad de participación de forma autónoma y crítica. Para los autores, se trata de un derecho y una necesidad que poseen los ciudadanos y que persiguen la construcción de la identidad digital de la ciudadanía autónoma. Esta capacidad favorece no sólo el avance de la actitud crítica por parte del sujeto, sino también el ejercicio de la libertad individual, considerada como uno de los valores fundamentales sobre los que se erige la sociedad democrática donde se asienta la ciudadanía responsable y participativa.

Los objetivos descritos trascienden los límites académicos y no se conciben como una situación reciente; se remontan al 2004, año en el que se celebró, en Belfast, la conferencia de la cual se deriva la creación de una red europea de comunicación para educadores. En la citada reunión, se encontraron diferentes medios del mundo, que pese a centrar su interés en la creación de la mencionada red, ya en el mes de mayo, ésta no vería la luz hasta noviembre del mismo año. Fue entonces cuando, pese a los inconvenientes económicos, la idea se materializa y surge con fuerza. Inicialmente, nacen dos grupos con una pretensión común: el incremento de redes europeas, se trata de Media Educ y Alliance for a Media Literacy Europe, que pese a su actualidad y a surgir con un apoyo determinante, su crecimiento y expansión se vio limitado, llegando a tener una mínima presencia a lo largo del tiempo.

Ante esta situación, la tarea de la alfabetización adquiere un carácter internacional y constituye una preocupación en España y a nivel europeo; por este motivo, se organizó en Belfast un grupo que pretendía trabajar en la creación de una Carta para la Alfabetización en los Medios. Este documento, en 2006, fue ratificado, y, con él, sus objetivos, que sitúan el fomento del consenso europeo en

la cuestión de la alfabetización mediática y el incremento del conocimiento de la educación en medios, en los diferentes países europeos.

La pretensión fundamental gira en relación a la creación de una red de educadores en medios, apoyada por distintas instituciones, que persigue la adquisición de varios compromisos, entre los que destacan el concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de la alfabetización en medios y la difusión de la misma, tanto desde la educación formal como la informal. Se busca que alcancen el conjunto de habilidades que los capacita para la comprensión de los contenidos mediáticos. Este compromiso se vincula, de forma directa, con el que propone ofrecer a la ciudadanía las oportunidades necesarias para ampliar sus experiencias en el ámbito mediático y para el avance de habilidades críticas. Igualmente, pretenden que el proyecto adquiera un valor internacional, pudiendo crecer la red a nivel europeo. Al mismo tiempo, manifiestan el deseo de ser incluidos, como socios o proveedores, en la web euromedialiteracy.eu, comprometiéndose por un lado a dar impulso al Plan de Acción de Educación en Medios y, por otro, a integrarlo con los objetivos de la Carta redactada.

Pese a la desigual repercusión que ha tenido la educación en medios en Europa, se aprecia una ligera sensibilización, tanto por parte de los responsables del ejecutivo como de los formadores y las agencias internacionales. En primer lugar, se percibe, por parte de los ejecutivos, una preocupación común sobre la necesidad que la ciudadanía se autorregule para controlar aquella información a la que tiene acceso. En segunda instancia, centra el interés la preocupación que, por ejemplo, la UNESCO o la Comisión Europea trabajen a favor de la puesta en marcha de la educación, en materia de comunicación.

En el contexto español, se constatan ligeras modificaciones; especialmente, a lo

largo de la primera década del actual siglo, se aprecia un marcado déficit de educación en medios, entre las opciones con las que cuentan los discentes españoles. El origen de este tipo de formación, viene de la mano de las prescripciones de la UNESCO que se reflejan en la Ley Orgánica General del Sistema Educativo (LOGSE). Esta ley recoge los primeros vestigios, que se extienden desde la década de 1980 hasta los últimos años del siglo xx. Pese a esto, su introducción en la institución educativa no es uniforme ni tampoco se institucionaliza, existen reductos aislados que, en los últimos años del siglo pasado y a inicios del actual, cultivan este tipo de educación.

Caracteriza la situación, una fuerte descoordinación por parte de las distintas instituciones, tanto estatales como autónomas, que no apuestan de forma clara y fuerte por este tipo de formación, afirmación que se sustenta en la falta de impulso de la LOGSE, ley que no se ha encargado de que la educación en medios se difunda y adquiera un importante valor entre la totalidad de la población escolar.

El avance tecnológico que protagoniza la situación actual, redundando en un mayor grado de preocupación al observarse cómo la ciudadanía, carente de conocimientos, debe enfrentarse con la creciente necesidad de, como señalan Cope y Kalantzis (2009), comprenderlo y poder participar a través de la creación y la innovación. Por tanto, es necesario que entre la denominada “escuela culta” y la “popular” se establezca una conexión favorable al entendimiento entre la primera, que alberga el saber, y la segunda, centrada en los medios y tecnologías de la comunicación. La finalidad y el objetivo perseguidos se centran en “el desarrollo de la capacidad de los ciudadanos para vivir en una sociedad axiológicamente plural o la adquisición de hábitos de convivencia democrática y de respeto mutuo” (Margalef, 2010, p. 30). Tales

objetivos se recogen en la LOGSE, que remarca la idea de que la escuela se erija como institución donde se fomenta la adquisición del saber y, además, la capacidad crítica.

La consecución del objetivo, requiere de una educación que cuente con la inclusión de los medios de comunicación en el sistema educativo; su incorporación resulta fundamental, dado que se conciben como agentes de socialización que transmiten, entre otros, valores que condicionan de forma determinante al receptor. La incorporación de los medios y su estudio desde la institución educativa, debe trascender lo tecnológico y ha de referirse a una completa alfabetización, entendida como la capacidad que permite discernir lo real de lo ficticio. Se trata de una educación que impulse el conocimiento y el desarrollo de actividades, cuya base se sitúa en la interpretación y comprensión de los contenidos informativos que permitan la interacción entre los estudiantes que los realizan. Todo ello debe poder extrapolarse a la sociedad en general y ha de favorecer el crecimiento de una ciudadanía participativa y plural. Para ello, siguiendo a Gómez-Galán (2011), es necesario que desde el aula se trabaje con la literatura como forma de conocer las palabras y, encima, que se presente como la forma de conocimiento de la realidad circundante que capacita a la audiencia para manejar los medios y decodificar su contenidos, convirtiéndola en sujeto capaz de comunicarse, tanto de forma presencial como virtual. Para esto, resulta básico y fundamental que la educación en medios incluya a todos y cada uno de los agentes que conforman el proceso comunicativo y de aprendizaje, con el fin que la alfabetización mediática capacite para el trabajo a través de los medios, pero también con ellos. De esta forma, se justifica la dimensión axiológica a la que aluden, entre otros, Ferrés (2006), cuando explicita las dimensiones de las competencias o Marqués (2000), al referirse

a la alfabetización digital como forma de adquisición de competencias en la sociedad de la información.

Pese a no considerarse un tema central, existe un marcado nexo de unión que puede establecerse entre la alfabetización y la ciudadanía dado que “se deben atender las cuestiones morales vinculadas a la educación en medios” (Buckingham, 2005, p. 165). Todo ello, dado que, entre otros factores, “los medios no sólo transmiten información, sino que por sus mensajes nos transmiten estilos de vida” (Cabero, Martín y Llorente, 2012, p. 65). Es decir, formas concretas de vida que favorecen el aumento de la vida en común y el funcionamiento de cualquier sociedad democrática basada en la interacción entre individuos y culturas. Por ende, la formación debe preparar para el respeto de las diversas opiniones que se presentan y el incremento de la comunicación y la emisión de juicios, tanto de valor como críticos.

Alfabetización vs. Comunicación

En este sentido, tanto la educación en medios como la alfabetización suponen formas de adquisición de la conciencia crítica que persiguen el análisis del papel de la comunicación, base sobre la que se erigen las sociedades democráticas.

Su origen se remonta a la vida en sociedad y ha ido complejizándose conforme avanzaba el tiempo y según surgían las necesidades, llegando a adquirir un valor determinante en la sociedad mediática, donde alcanza su clímax, ya que se adscribe a las relaciones presenciales y se vincula al sector de la virtualidad.

Una de las formas de interrelación más inmediatas y que permite la interacción entre los sujetos es la comunicación, cuya evolución se materializa gracias al diálogo, el cual se basa en el conocimiento y comprensión del lenguaje.

Igualmente, la decodificación constituye otro de los elementos imprescindibles para el desarrollo del proceso comunicativo, que se produce de forma preeminente en la sociedad de las pantallas y la digitalización, espacio en el cual resulta insuficiente el conocimiento de las habilidades de lectura y escritura. Debido al avance tecnológico y a la presencia de gran cantidad de imágenes, ya sean estáticas o en movimiento, las necesidades se acrecientan. Entre las principales, se sitúa la de adquirir la capacidad que permite decodificar y comprender la información, en cualquiera de sus formatos, por parte del receptor.

El avance y alcance de tal habilidad no se limita, de forma exclusiva, a los adolescentes, sino que debe producirse a nivel social en cada uno de los individuos que tienen tal carencia. El adelanto de aptitudes comunicativas, favorece el aprendizaje autónomo y hace posible la búsqueda y selección de la información que se presenta en los diferentes formatos.

Por otra parte, “los objetivos comunicativos que se deben plantear en el proceso de enseñanza-aprendizaje han de contemplar el desarrollo de capacidades acordes a las nuevas necesidades comunicativas y formativas que la sociedad demanda” (Prado, 2001, p. 24).

Como puede inferirse de lo señalado, la comprensión y correcta decodificación de la información requiere de la alfabetización, especialmente la comunicativa, base del aprendizaje tanto audiovisual como mediático. Este aprendizaje, favorece la consecución del crecimiento de las diferentes capacidades que hacen posible el cumplimiento de las necesidades formativo-comunicativas, requeridas en la actual sociedad. En dicho espacio circula una ingente cantidad de contenidos multimedia, que el sujeto debe comprender

para favorecer la interacción entre las personas que conviven en un mismo contexto mediático. Esta convivencia puede ser presencial o virtual y su alcance requiere de la evolución de, entre otras, la competencia comunicativa; habilidad que hace referencia al incremento de una comunicación fluida y, también, al uso de múltiples herramientas y materiales de los que, especialmente en nuestros días, dispone el usuario. La alfabetización comunicativa pretende el alcance de una ciudadanía capaz de comunicarse e interrelacionarse en la sociedad dialógica actual.

Alfabetización comunicativa en la sociedad actual

Los sistemas comunicativos actuales, centran el interés de la interacción con los demás y justifican la existencia de una ciudadanía más creativa y responsable, es decir, de sujetos críticos y autónomos que incrementen la capacidad que les permite actuar de forma libre y comprometida con los valores sobre los que se sustenta la sociedad mediática democrática. Al hilo de estas afirmaciones y según recoge en el título de su trabajo Aguilar (2008), vivimos en la sociedad donde los nuevos lenguajes y nuevas alfabetizaciones constituyen la materia prima de la democracia. Pese a que la autora, en su investigación, se refiere a México, los resultados de su estudio pueden extrapolarse casi a cualquier país donde las condiciones de inclusión de las tecnologías en la educación estén en auge. Entre otros, estos motivos certifican la necesidad de control y conocimiento de la escritura y de las diferentes formas de comunicación.

Por ello, se apuesta por la inclusión de los contenidos audiovisuales en el aula y por su trabajo en las diferentes áreas curriculares. Pese a tratarse de contenidos que poseen un carácter transversal y no se adscriben a una materia

en concreto, sino que adquieren carácter interdisciplinar, obtienen un valor fundamental como elemento que permite la comunicación y la comprensión e interacción entre unos y otros. Favorecen la comunicación referida a los ambientes presenciales y a los virtuales, es decir, a la totalidad de espacios que, debido a la emergencia y consecuente implantación de los medios y tecnologías más recientes, se convierten en protagonistas principales.

En este círculo, evoluciona la competencia comunicativa con base en la lingüística y con la capacidad de interacción del interlocutor; en su avance interfieren una serie de factores situacionales y los diferentes medios con los que se cuenta. Por ello, resulta determinante y fundamental apostar por la alfabetización que requiere de la implementación de tales habilidades, tanto en los docentes como en los discentes. Más allá de la adquisición de conocimientos técnicos, urge la implantación de habilidades cognitivas y axiológicas que favorezcan la comprensión, evaluación y emisión de juicios u opiniones autónomas y críticas.

El alcance y emisión de estos juicios deben erigirse sobre el dominio de los medios y la mediación icónica, dado que, según indicaba Pérez-Tornero (2000), asistimos a una situación denominada hipermedia, entorno a la cual se hace urgente, aparte de un cambio sustancial, el aprendizaje y correcto uso de los medios. En este medio, resulta fundamental no sólo el uso de las nuevas formas sino, igualmente, los diferentes contenidos difundidos en múltiples formatos. Siguiendo a Livingstone (2004), el discurso se liga, además, al carácter intercultural y político, es decir, a la totalidad de canales que permiten la participación social; actividad que puede crecer si se alcanzan las habilidades mínimas que permiten al individuo interactuar con los demás en la sociedad tecnológica, donde los medios y los contenidos derivados de estos influyen

sobre la audiencia. La exponencial proliferación de los dispositivos tecnológicos coincide con el uso temprano de los mismos, especialmente por parte de los menores, y conlleva la necesidad de que se desarrolle la competencia comunicativa que favorece la forja y emisión de juicios críticos, al tiempo que se opone a la eliminación de desigualdades sociales, permitiendo la erradicación de la brecha digital.

No obstante, en la sociedad de la información de las formas de comunicación tradicional, vinculadas a la imprenta y a las distintas maneras de escritura, surgen nuevos lenguajes, entre los que adquiere especial relevancia el icónico. La situación justifica la necesidad que, ya a principios de siglo, constataba Pérez-Tornero (2000), al referirse a la necesidad de cambio, desde la noción de competencia lingüística hacia la de competencia semiológica. Todo esto se debe a que, tanto los lenguajes más recientes como las diversas formas de comunicación, constituyen “poderosas industrias de persuasión y difusión del conocimiento” (Pérez-Rodríguez, 2004, p. 85), que adquieren una relevancia y trascendencia similar a la que, en su día, ha adquirido la imprenta. No sólo existen estos inéditos lenguajes, Pérez-Rodríguez alude a la importancia de los nuevos espacios, entre los que destaca el ámbito virtual que permite la interacción a miles de kilómetros, de forma real y al instante.

Todo ello favorece la comunicación, que no siempre evoluciona de forma horizontal, a través de, por ejemplo, las incipientes redes sociales o los diferentes medios utilizados para comunicarse directamente. Esta tipología favorece la interacción y la posibilidad de emisión de mensajes, tanto sincrónicos como asincrónicos.

Se completa con la denominada comunicación vertical, normalmente asociada a

la emisión de mensajes formales que atienden al cumplimiento de órdenes. Ambas conforman la base de la arquitectura social dialógica, con base en la participación.

La evolución tecnológica y social contribuye al avance de la comunicación, como forma de interacción en la sociedad global del conocimiento. Ésta se nutre tanto de la comunicación de carácter instrumental, que valora la cultura y su comprensión, como la de índole social, centrada en los valores difundidos; asimismo “recupera el diálogo y la participación como ejes centrales” (Gumucio, 2004, p. 25), todo ello con el fin de alcanzar un mundo en el que converjan múltiples voces. Dicha convergencia es posible debido a la presencia de múltiples formas de interconexión e intercambio de información que, con frecuencia, transmiten conocimientos y difunden valores no siempre reales.

La situación justifica la necesidad de planificar “prácticas discursivas flexibles y abiertas” (Prado, 2001, p. 28), es decir, actividades favorables al adelanto de la comunicación interpersonal y al aprendizaje constructivo y autónomo. Por otra parte, favorece que el sujeto se encuentre actualizado con relación a la situación social que predomina en cada momento. El análisis del discurso requiere de un amplio conocimiento lingüístico, del código que permite interpretarlo y de su componente social. Por otra parte, posibilita la construcción del conocimiento con base en los distintos lenguajes y en su comprensión.

El crecimiento de la competencia comunicativa, en el contexto mediático más reciente, se encuentra con diferentes obstáculos que deben ir superándose, con el fin de alcanzar la alfabetización crítica, es decir, la integración de las diferentes herramientas a través de las cuales se construye el conocimiento y la creación y producción de mensajes en la sociedad actual.

A nivel pedagógico, desde las últimas décadas del siglo pasado y durante los primeros años del actual, contamos con una cantidad relativamente importante de escritos en los que, principalmente, se analiza, desde diferentes ópticas, la adquisición e implementación de la competencia comunicativa y del resto de habilidades que capacitan al receptor para comprender los medios y su contenido.

La literatura existente, carece de actividades prácticas que sirvan para aplicar con la ciudadanía, a la hora de formarla para comunicarse de forma efectiva y para comprender tanto la variedad de medios como su contenido. Pese a la existencia de algunos programas *e-learning*, la totalidad de estos no es muy abundante y el hecho de que las circunstancias cambien de forma continua dificulta tanto su presencia como su aplicación y efectividad.

CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Al tomar conciencia de la situación, se describen los principales retos para la alfabetización y la adquisición y desarrollo de competencias por parte de la ciudadanía, que conforma el ecosistema mediático actual. Tras un largo y arduo proceso, se asiste al reconocimiento e importancia, por parte de la UNESCO y de la Comisión Europea, de la alfabetización, que adquiere especial importancia en el campo de la formación académica y el aprendizaje, a lo largo de toda la vida. La alfabetización se concibe, hoy en día, como la adquisición de habilidades y como la forja y alcance de los valores que le permiten al sujeto formarse de modo individual, al tiempo que lo capacitan para la vida en sociedad.

En el ecosistema actual, donde predomina el sector tecnológico, adquiere especial relevancia la capacidad de reflexión y crítica; también sobresale, por otro lado, la

necesidad, como se ha señalado anteriormente, de que el sujeto además de ser capaz de buscar pueda procesar y transformar la información en conocimiento. Para ello, se requiere del dominio de los diferentes medios y recursos tecnológicos, que hacen posible la comunicación en el ambiente hipermedia, y la interacción de los nativos e inmigrantes digitales.

Todo ello justifica el adelanto de la competencia comunicativa como una habilidad que trasciende el aspecto lingüístico, situándose a la par de una capacidad adscrita a una disciplina y de la misma manera que una actitud que se vincula de forma transversal a la totalidad de las disciplinas y debe cultivarse con el fin de contribuir al crecimiento de un ámbito donde predomine la participación activa, de carácter colaborativo.

El entramado tecnológico actual, posibilita la afirmación referida a nuevas formas de aprendizaje y socialización, encima, su inmersión en la sociedad y el hecho de que condicionen a la audiencia, subraya, al tiempo que justifica su necesidad. La alfabetización se postula como una forma de comprender la realidad social circundante, que debe desarrollarse en la ciudadanía; se considera una tarea que compete tanto a los poderes públicos como al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales o a las propias empresas y que, igualmente, interesa a las asociaciones de telespectadores.

En el círculo descrito y acotando el término alfabetización, es necesario centrarse en la mediática referida a los consumidores, audiencia de los medios, y a sus conocimientos. Entre otros objetivos, centra su interés en la mejora de las capacidades del sujeto hasta lograr el discernimiento entre lo real y lo creado; su objetivo final es la evolución y gira en torno al alcance de la actitud crítica. Entre los retos que se le atribuyen se sitúa la adquisición de las

competencias comunicativas básicas, aquellas que favorecen el avance de un sujeto capaz de analizar el entorno mediático y de poder establecer una interrelación y un contacto, tanto presencial como virtual, con los demás integrantes del mismo.

Dada la situación en la que se produce, constituye una herramienta de incalculable valor que auspicia favorecer el incremento de la mente del sujeto. Esta actividad puede crecer desde la institución educativa y desde diferentes organizaciones, como, por ejemplo, los observatorios de medios o los talleres mediáticos que se ofrecen desde las distintas comunidades autónomas. A través de los múltiples medios, se persigue el alcance de personas que mejoren la autonomía mediática, siendo capaces de actuar de forma crítica frente a los medios.

En relación con esto, se infiere que el rol del alfabetizador se centra tanto en la capacitación de los receptores como de los productores de la información: los periodistas. Estos últimos han de adquirir e incrementar el sentido de la responsabilidad, que redundará en la ejecución de un periodismo de calidad superior. Todo ello, y con independencia de a quien se refiera, subraya la importancia de la tarea educadora. Siguiendo a Martens (2010) en el ámbito de la labor formativa, adquiere una trascendencia importante el hecho de que los educadores puedan traducir el conocimiento y habilidades mediáticas en estrategias educativas. Con el fin de facilitar el alcance del objetivo, existen diferentes estudios en los que puede apreciarse recomendaciones dirigidas tanto al trabajo propio de los poderes públicos, como a la labor desarrollada por las familias. De tal modo que, según consta en las Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía para el Fomento de la Alfabetización Mediática (2012), a los primeros se les pide, entre otras metas, la

puesta en marcha de programas de formación continua del profesorado para contribuir a la capacitación integral de este colectivo. Por otra parte, el Consejo considera básico que los poderes garanticen la inclusión en el currículo y en las diferentes asignaturas, de las competencias mediáticas. Es básico que se cuente con los recursos y materiales necesarios para la evolución y el cumplimiento de tal tarea.

En cuanto al entorno familiar, resulta imprescindible su implicación en la capacitación en competencias mediáticas; todo ello con el fin de contribuir a erradicar la brecha digital intergeneracional. La Alfabetización Mediática compete a los productores, a quienes se les insta a promover la producción de contenidos orientados en esta línea, con el fin de favorecer la participación de la ciudadanía. Asimismo, y para completar su tarea, se les propone el cumplimiento de los códigos de autorregulación y los de correulación. Las mencionadas acciones persiguen, principalmente, la protección de los menores tanto ante la información, como frente a la emisión de cualquier tipo de imágenes licenciosas que los diferentes medios y pantallas emiten y difunden.

A las actividades reseñadas, se suma la labor de la institución educativa que ha de contribuir al correcto avance de los currículos y debe impulsar, con el sistema, la adquisición de conocimiento por parte de los menores, en particular, y de la audiencia en general. Estas cuestiones, pese a no garantizar el éxito ni la formación integral de receptores críticos, se consideran indispensables y básicas.

Igualmente, la realidad social imperante determina la imposibilidad y agrava el grado de dificultad a la hora de asumir la influencia que los poderosos medios ejercen sobre el receptor; motivo que justifica el acuciante trabajo de los diversos agentes cuya actividad

crece en aras de alcanzar un receptor crítico, un sujeto que posea la habilidad que le permita responder de forma creativa y autónoma. Se trata “de que los ciudadanos puedan disponer de un conocimiento suficiente y amplio sobre los factores que condicionan el desarrollo de la industria mediática” (Pérez-Tornero, 2005, p. 25). Esto conlleva, según continúa señalando el autor, a la expansión de la libertad, tanto individual como social, y guarda estrecha relación con el trabajo responsable propio de la democracia deliberativa a la que se ha referido Aranguren, quien la considera como la base de la comprensión e interrelación de cualquier sociedad dialógica. Todos estos factores, justifican la importancia de este trabajo y su vinculación directa con la alfabetización como medio para intervenir en los debates y poder expresar opiniones. Su puesta en práctica es posible gracias al crecimiento de la competencia comunicativa, con base en el diálogo, los medios de comunicación y la participación.

En la misma línea de la alfabetización y de los estudios de carácter teórico, se coincide con Cope y Kalantzis (2009) cuando presentan su Pedagogía de la alfabetización múltiple como un manifiesto que arriba en un momento de cambio a nivel mundial, modificación que se produce en el sector de la comunicación y por extensión ha de producirse en el educativo.

El citado estudio focaliza su interés en la necesidad de enseñar más allá de la mera memorización. Por otra parte, los autores creen que la escuela no es el universo donde se concentra el saber, dado que, allí donde se desarrolle el contacto y la comunicación, se producen situaciones de aprendizaje. Estos motivos justifican la necesidad que incide en el hecho de que la pedagogía promovida persiga el alcance de una cultura flexible y capaz de innovar. Una cultura que trasciende las leyes del mercado, al tiempo que favorece la

diversidad que supera la representación para centrarse en la transformación y el cambio. Para ello, resulta fundamental, como señalaba Buckingham (2005), no sólo la comprensión sino el procesamiento de los contenidos mediáticos, esto depende en buena medida del nivel de motivación que los menores desarrollen. Este último hecho, se vincula directamente con el tiempo que los menores están expuestos a estos medios, que oscila entre las dos y las cuatro horas, según la fuente de referencia. Por otra parte, y en la misma línea, no puede olvidarse que a edades tempranas, especialmente hasta que los niños superan los 4 o 5 años, no diferencian la realidad de la ficción y tampoco son capaces de seleccionar aquello que les gusta. Habrá que aguardar hasta los 11 o 12 años para que los pequeños sean capaces de distinguir cual es el impacto ideológico que los medios ofrecen y el potencial de sus efectos, tanto positivos como negativos.

Pese a estos datos de carácter empírico, la práctica realidad difiere de la teoría, dado que según argumentan varias investigaciones, el análisis y la emisión de juicios por parte de los menores no se produce hasta avanzada la adolescencia, hecho que justifica la necesidad de adquisición de competencias por parte del alumnado. Necesidad que justifica Lemish (2012), cuando ratifica que la infancia se identifica con una construcción de carácter social y cultural, contextualizada en un período concreto en el cual resulta determinante y fundamental la influencia mediática y de sus contenidos. Los contenidos audiovisuales ejercen especial influencia sobre la audiencia, sobre todo en los menores que desarrollan un mínimo nivel de adelanto moral y crítico. Por ello, se propone la alfabetización mediática como elemento sobre el que debe forjarse la conciencia crítica. Este tipo de alfabetización, se concibe como un método que favorece la

participación en la cultura y en la ciudadanía y se apoya sobre la cuestión legislativa que pretende paliar cualquier carencia referida a los productores y, además, a los consumidores.

Según se ha constatado, la alfabetización debe producirse a nivel general, tanto en docentes como discentes, en jóvenes y adultos, a nivel académico y con carácter social, dado que, como apunta Salomon (2009), cuando se refiere a la televisión, la ciudadanía mediática que permite el crecimiento de un elevado grado de alfabetización es capaz de asegurar la permanencia y sostenimiento tanto de la calidad como de las normas y principios vinculados con el incremento de una sociedad democrática e igual.

A la relevancia y trascendencia de las cuestiones de índole coercitiva, se añade la importancia de los códigos deontológicos, la correulación y la autorregulación; mecanismos todos ellos definidos y que contribuyen al alcance y mantenimiento del orden, en este caso, mediático.

La temática traspasa las fronteras nacionales y europeas y adquiere carácter mundial, esto se debe, según indica González-Cortés (2011), a que la correcta alfabetización mediática constituye una cuestión fundamental para el desarrollo y alcance de la comunicación intercultural y la convivencia.

Por ende, a la necesidad de un sector mediático que realice su tarea conforme a los principios éticos y según la legislación vigente, se añade la de una ciudadanía competente para comprender la información y actuar de forma responsable e independiente; sujetos a vezados para, por un lado, descifrar los mensajes audiovisuales y, por otro, comprender su significado.

La alfabetización en medios, con base en el adelanto de la habilidad mediática, suscita diferentes retos; de forma especial centra

su atención en perseguir el alcance de una ciudadanía con capacidad para desenvolverse en el contexto mediático, actividad que es simultánea con el aprovechamiento de todo su potencial. Alude tanto a los asuntos de tipo local como a los de carácter global, dado que unos y otros han de vincularse a la responsabilidad y a la participación activa.

En suma, esta investigación concluye reforzando el valor de la alfabetización como resorte sobre el que debe construirse personalidades críticas, capaces de emitir juicios autónomos desligados de cualquier influencia ejercida, de forma consciente o no por parte de los medios. Así, se hace referencia a la tarea de los responsables de los medios y la consecuente necesidad de que estos estén alfabetizados. El objetivo alrededor del que gira el presente trabajo: la alfabetización como base para el incremento de la conciencia crítica y la construcción de una ciudadanía autónoma y participativa, ha ocupado a diferentes organismos e instituciones a lo largo de los últimos años. En este sentido, la preocupación se remonta a principios de siglo y surge de la mano de la Comisión Europea, mientras que, a nivel nacional, ocupa a diferentes grupos e investigadores que trabajan en pro del avance de mentalidades críticas y alfabetizadas.

De forma general, y según puede apreciarse en la revisión realizada, la totalidad de estudios centra su interés en el diagnóstico, que supone la base imprescindible sobre la que han de diseñarse y elaborarse el conjunto de estrategias que sirvan como herramientas para desarrollar la conciencia crítica en la ciudadanía.

REFERENCIAS

- Ambròs, A. y Breu, R. (2011). *10 ideas clave: Educar en medios de comunicación: la educación mediática*. Barcelona: Grao.
- Aguilar, L.R. (2008). Lecturas transversales para formar receptores críticos. *Comunicar*, 16(31), 27-33. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/c31-2008-01-003>
- Area, M. y Ribeiro, M.T. (2012). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, 19(38), 13-20. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-01>
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- Cabero, J., Martín, V. y Llorente, M.C. (2012). *Desarrollar la competencia digital. Educación mediada a lo largo de toda la vida*. Sevilla: Eduforma.
- CAA (2012). *Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía para el fomento de la alfabetización mediática*. Recuperado de <http://goo.gl/PX0p2K>
- Camps, V. (2001). *Introducción a la filosofía política*. Barcelona: Crítica.
- Castells, M. (2001). *La galaxia de Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Cope, B. y Kalantzis, M. (2009). Multiliteracies New Literacies, New Learning. *Pedagogies: An International Journal*, 4(3), 164-195. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/15544800903076044>
- Emery, W. y Rother, L. (2000). La educación en medios de comunicación como alfabetización. *Comunicar*, 14, 63-58.
- Ferrés, J. (2006). La competència en comunicació audiovisual: proposta articulada de dimensions i indicadors. *Quaderns del CAC*, 25, 9-18 Recuperado de <http://goo.gl/UAFcAy>
- Gabelas-Barroso, J. A. (2009). *Las nuevas tecnologías: un nuevo marco emergente en las relaciones y la comunicación familiar*. Recuperado de <http://goo.gl/Dsmcrd>

- García-Galindo, J. A. (1999). *Espectadores y audiencias ante el consumo de televisión*. Recuperado de <http://goo.gl/h0517j>
- García-Leguizamón, F. (2010). Educación en medios ayer y hoy: tópicos, enfoques y horizontes. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 2(4), 279-298.
- García-Pérez, M. y Melaré, D. (2009). Comunidades virtuales prácticas de alfabetización múltiple. *Revista electrónica de Teoría de la Educación*, 10(2), 66-85. Recuperado de <http://goo.gl/rEXiYj>
- González-Cortés, M.E. (2011). Los retos europeos de la alfabetización mediática. Estado de la cuestión y propuestas. *Infoamérica ICR*, 5, 123-133. Recuperado de <http://goo.gl/sRwYXO>
- Gozálvez, V. y Aragón, Y. (2011). *Autonomía mediática y comprensión crítica de los medios. Una aproximación teórica*. Recuperado de <http://goo.gl/VumtJK>
- Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero. La comunicación para el cambio social. *Investigación y desarrollo*, 12(1), 2-23. Recuperado de <http://goo.gl/upGmSY>
- Gutiérrez-Martín, A. (2003). La dimensión digital de la alfabetización múltiple. In *Alfabetización digital. Algo más que botones y teclas*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de <http://goo.gl/X3oMy5>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Lemish, D. (2012). *Popular screen culture and childhood*. Recuperado de <http://goo.gl/Kpge3Y>
- Livingstone, S. (2004). *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies* [online]. London: LSE Research Online. Recuperado de <http://goo.gl/lbgiLE>
- Margalef, J. M. (2010). *Retos y perspectivas educativas de la alfabetización mediática en España: consulta a expertos*. Madrid: MEC.
- Marqués, P. (2000). *Nueva cultura, nuevas competencias para los ciudadanos. La alfabetización digital*. Recuperado de <http://goo.gl/l3ShGe>
- Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. The National Association for Media Literacy Education's *Journal of Media Literacy Education*, 2(1), 1-22. Recuperado de <http://goo.gl/KWHiYT>
- Myers, D. (2011). *Psicología*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO, 2006). Informe de Seguimiento de la educación para todos en el mundo. Recuperado de <http://goo.gl/dvjta2>
- Prado, J. (2001). La competencia comunicativa en el entorno tecnológico: desafío para la enseñanza, *Comunicar* 17, 21-30.
- Pérez-Rodríguez, M. A. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación: enseñar y aprender con los medios*. Barcelona: Paidós.
- Pérez-Tornero, J. M. (2000). *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Barcelona: Paidós.
- Pérez-Tornero, J. M. (2005). El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios. *Comunicar*, 25, 247-258. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-01>
- Postman, N. y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a subversive activity*. New York: Dell Publishing Co.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon,

9(5). Recuperado de: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

Roig, I. J. (1978). *Análisis crítico del aprendizaje escolar: cómo se enseña y se aprende en la escuela*. Barcelona: Editorial Científico-Médica.

Salomon, E. (2009). El papel de la autoridad reguladora en la alfabetización mediática. *Comunicar*, 16(32). 147-156. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/c32-2009-02-013>

Serrano-Puche, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18, 353-364. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44249

