

CIUDADANÍA, PANTALLAS Y EDUCACIÓN: LA COMPETENCIA MEDIÁTICA EN LOS MENORES

Mari Carmen Caldeiro Pedreira*
José Ignacio Aguaded Gómez**

*Licenciada en Humanidades. Docencia en educación secundaria y universitaria.
mariccaldeiro@yahoo.es

**Doctor en Psicopedagogía. Catedrático del Departamento de Educación de la
Universidad de Huelva.
ignacio@aguaded.es

Recibido 26 noviembre 2011
Aceptado 15 diciembre 2011

Resumen

La ciudadanía se concibe como un sentimiento de pertenencia, un derecho construido en la globalidad, cuyo desarrollo se produce en la sociedad digital y mediática donde predomina la exposición continua a múltiples pantallas. Éstas ejercen unos múltiples y poliédricos efectos sobre los receptores que marcan más o menos significativamente la forma de ser, actuar y pensar de la ciudadanía. En consecuencia, surge la necesidad de la adquisición y desarrollo de la capacidad crítica, a través de una educación holística que fomente el aprendizaje autónomo y la adquisición de competencias como estrategias para la construcción de personalidades morales autónomas. Sin embargo, son diferentes ya los estudios e informes que constatan el bajo grado de desarrollo de la competencia mediática en la sociedad española, por lo que la formación se constituye una alternativa y un reto del presente futuro.

Palabras clave: Globalidad, ciudadanía, pantalla, competencia mediática, menores.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo no es el de establecer una serie de propuestas didáctico-formativas que sirvan al lector a modo de prescripciones o preceptos, que puedan abrazar la alfabetización mediática ni que de modo inmediato alcancen el desarrollo en el lector de la habilidad comunicativa y mediática. Se trata de un análisis de carácter reflexivo cuya principal pretensión es la de despertar en el lector un interés por el tema que se propone: la necesidad de desarrollo de la competencia mediática. Lejos de denostar a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías o de demonizar su trabajo, se persigue centrar la atención del lector y despertar el interés por una cuestión que preocupa principalmente a padres y educadores.

La inclusión de las tecnologías de la información y los nuevos medios y formatos inundan la sociedad de la información y el conocimiento en la que desarrollamos nuestro quehacer diario. Asistimos a una reproducción, muchas veces no del todo objetiva, de la realidad social circundante. Además de la comprensión y uso de estas nuevas formas de comunicación no podemos olvidar cuestiones como el actual entramado social donde observamos la presencia de varias culturas en un mismo entorno lo que contribuye a la configuración de una sociedad en la cual es fundamental por una parte, comprender el significado del concepto ciudadanía en el mundo global y por otra, ser conscientes de la presencia de las múltiples pantallas que cada día y casi de forma continua emergen; la ciudadanía en general y de forma especial los menores utilizan o están en contacto continuo con éstas. Tal situación genera la necesidad del desarrollo de la capacidad crítica que ha de obtenerse, entre otras formas, a través de la adquisición de las competencias comunicativa y mediática que capacitan al sujeto para el desarrollo y emisión de juicios críticos.

En este trabajo realizamos una aproximación teórica a la competencia comunicativa incidiendo de forma severa en la necesidad de su adquisición por parte de todos los colectivos que conforman la sociedad.

Ciudadanía, globalidad y sociedad mediatizada

La evolución social e incluso la natural provocan como resultado el surgimiento de la ciudadanía entendida como un estatus y un proceso al que Cabrera denomina estatuto jurídico que atribuye “un conjunto de derechos políticos, civiles y sociales que se le reconocen a la persona en tanto que pertenece a la comunidad política” (2002, p. 88). Se construye en la colectividad y exige un sentimiento de pertenencia, no se trata tan sólo de que el individuo esté protegido por unos derechos y amparado jurídicamente, es necesario además que la ciudadanía se entienda como una forma de vida que se lleva a cabo en sociedad, como un modo de interrelación con los demás por ello se necesita una referencia a la ubicación del individuo en su propio contexto socio-cultural. Tal ubicación es posible gracias a la participación y al sentimiento de pertenencia que se construye a través de ésta y mediante la participación; el cumplimiento y desarrollo de estas premisas requiere de una sociedad democrática, entendida como una solución particular y específica cuya aspiración es resolver el problema que surge cuando apreciamos que vivimos juntos y sin embargo somos diferentes (Del Águila, 1997: 154); un sistema que incluya a todos por igual donde se eliminen las condiciones ideológicas que encarnan intereses de índole racial o discriminatorio. Entre sus funciones se encuentra la de procurar incentivar la participación y desarrollar el juicio político de la ciudadanía que según Del Águila, (2004) posibilite al sujeto el desarrollo de sus intereses sin interferencias o con las mínimas posibles. En esta línea podemos establecer una relación de similitud entre este sistema y la ciudadanía ya que, esta última, lo mismo que la democracia, forma parte de la tradición histórica que va más allá de las formas cognoscitivas o de prácticas sociales.

Si nos remontamos a la década de los noventa del siglo pasado destacamos a Giroux, (1993) quien ya indicaba que “la ciudadanía coloca la igualdad y el valor de la vida humana en el centro del discurso y de las prácticas sociales que pueden llevarse a cabo a través

de la participación del sujeto en la sociedad” (p. 22); el desarrollo de ésta procura incentivar el sistema democrático al que hacemos alusión y viene determinado por el carácter deliberativo que se le atribuye a la mencionada sociedad democrática. La deliberación constituye un tipo de comunicación de índole política e insiste en la participación de la ciudadanía, además de favorecer la aceptación de las decisiones a nivel social, para el desarrollo de tal situación se requiere de unos sujetos libres, autónomos y preparados para la participación activa en la sociedad que mencionamos.

El desarrollo de estos condicionantes se producen en un ambiente social en el que están presentes varias culturas, donde existen múltiples medios y formas a través de los que se comunican e interaccionan. Se trata de una época determinada conocida como la de la globalización o, por usar un término menos anglosajón y más europeo, la de la mundialización. Un momento en el cual la información discurre por diferentes canales a velocidades antes casi impensables, se asiste al desarrollo inmediato de la comunicación que se produce de manera inmediata e interactiva hecho que requiere de la referencia a la participación, ésta puede producirse en un lugar físico donde conviven los integrantes del proceso o de manera virtual, no presencial, que no requiere que físicamente estén presentes los integrantes en el proceso comunicativo lo que no supone ausencia de participación.

Tanto el avance de los nuevos medios y formas de comunicación como el desarrollo de la era de la información actualmente denominada de la digitalización requieren de una evolución a nivel formativo. Por tanto, constituye tarea fundamental la capacitación de la ciudadanía para las nuevas necesidades que trascienden los límites de proximidad.

Atrás han quedado la relativamente reciente era posindustrial o la sociedad de la información, asistimos actualmente al desarrollo de la sociedad digital que ha dejado en el pasado la era de la imprenta. De tal modo que actualmente desarrollamos nuestra vida según

terminología de Castells en la era de internet que ha secretado a la Galaxia de Gutenberg, en la primera es donde predomina el desarrollo de múltiples pantallas que inundan nuestro acontecer diario. Asistimos como indica Tornero, (2008) a “un cambio de régimen de mirada” (p.16) que se desarrolla en un ambiente caracterizado por la sobreabundancia de la información a la que se refiere Otte, (2010: 101). Actualmente los medios de comunicación se propagan de forma, en ocasiones no cuantificable, desmedida; la sociedad demanda nuevos productos que la industria lanza al mercado a marchas forzadas, así por ejemplo el disco duro deja atrás al pendrive igual que el MP5 ha dejado obsoleto a los MP3 y MP4. Tal situación provoca que se considere a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, de forma especial a los más recientes, como la base de la sociedad de la información dado que, según indica Innerarity (2006: 79), proporcionan la coherencia social mínima, la sensación de que vivimos en el mismo mundo y no en mundos inconmensurables. Esta inconmensurabilidad se entiende como una de las características fundamentales de la sociedad de la globalización, los avances tecnológicos y la información que se constituye como una sociedad de masas con una cultura común, es decir, de algún modo la situación de la globalización facilita y agiliza el curso y difusión de la información además de contribuir a la creación de personalidades con formas de pensar cada vez más homogéneas. Se produce por tanto una situación paradójica puesto que, la cantidad de tecnologías, medios y pantallas existentes contribuyen a una visión heterogénea y múltiple de la realidad aunque, por otro lado hemos de referirnos a una homogeneidad que caracteriza la información que se produce y que está enfocada a la consecución de un fin común y determinado: “la influencia en la opinión de la audiencia entendiéndola como el conjunto de receptores que actualmente denominamos, interlocutores” Ferres, (2010). Éstos se encuentran expuestos a la información e imágenes derivadas de la multiplicidad de pantallas y su propagación constituye un punto clave tanto en el mundo desarrollado como en el menos.

Poder e influencia de las nuevas pantallas en nuestros días: menores y educación.

De la rápida proliferación de la información, la continua exposición y contacto con las pantallas, se derivan afirmaciones que, en ocasiones pueden resultar curiosas, nos referimos por ejemplo a testimonios que podemos deducir del trabajo con niños de edades comprendidas entre 9-12 años. En un estudio piloto realizado a lo largo del curso 2010-2011 en cuatro colegios de la ciudad de Lugo hemos tratado de averiguar cuál es la realidad de nuestros niños y niñas. En una actividad realizada en la asignatura de «Ciudadanía» les hemos preguntado sobre el contacto que tenían con las nuevas tecnologías y medios de difusión de la información y por el número de horas que solían dedicar, tanto a diario como en cómputo semanal, al visionado y contacto con pantallas. En un aula donde contamos con 25 asistentes entre niños y niñas constatamos que más de la mitad asegura que en un día normal de semana puede llegar a dedicar hasta cuatro horas diarias al contacto con pantallas y son capaces de estar atendiendo a dos o más a la vez puesto que según señalan en ocasiones están viendo la tele, jugando con la consola y consultando el móvil. En torno a un 20% de los asistentes señala que posee móvil propio y que lo utilizan principalmente para juegos o envío de sms; estos datos corresponden con los que recientemente han sido presentados en el «Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles» realizado por INTECO. Según esta investigación la edad promedio de inicio en la telefonía móvil por parte de los menores españoles se sitúa alrededor de los 10-12 años. Esta es una edad de tránsito en la cual el sujeto está definiendo su personalidad moral y atiende además a una etapa de cambios psicológicos que no se identifican con una enfermedad ni mucho menos con una crisis de tipo patológico, una crisis de crecimiento, de adaptación a una nueva edad (Castillo, 2009: 29). Entendemos esta etapa como un proceso en el cual intervienen varios factores, se ini-

cia con el psicológico y se complementa con el cultural, aspecto que ha de ser tenido en cuenta dado que en este momento de la vida el sujeto está formando su propia identidad que, en ocasiones, puede verse directa o indirectamente influenciada por el uso no controlado o si cabe precoz, de estos nuevos aparatos tecnológicos. No se trata de ofrecer una sobreprotección o de intentar encaminar la personalidad moral del sujeto sino más bien de favorecer el desarrollo de la misma en medio de las nuevas tecnologías; actualmente existe una crisis tanto a nivel económico como ideológico, ésta puede considerarse que redunde en la manufactura y atrofio del pensamiento, los productos mediáticos, entendiéndose por tal no sólo los instrumentos sino además la propia información no reflejan, en ocasiones la realidad, distan de la objetividad y se aprovechan de tal situación para ejercer influencia directa sobre aquellas personalidades que se lo permiten, las menos formadas y fácilmente influenciables. El hecho de que pertenezcamos a una sociedad caracterizada por adjetivos como el de consumismo implica que, en ocasiones, los avances tecnológicos, a diferencia de lo que indicábamos anteriormente, no responden únicamente a necesidades de la ciudadanía sino que aparecen en el mercado generando tales dependencias; podemos considerar que el producto se adelanta a la necesidad y resulta creador de la misma. De ahí que la construcción de la identidad ciudadana se convierta en tarea ardua, resulta difícil la formación de identidades tanto del sujeto consumidor como del mero ciudadano, ante tales hechos y en esta situación proponemos algunas alternativas entre las que se encuentra la formación integral del sujeto.

La educación debe constituir un proceso que se prolonga a lo largo de toda la vida y ha de poseer un carácter multidimensional, tanto en el ámbito de lo físico, como de lo mental, espiritual y emocional. Tales coberturas responden al modelo de educación holística, cuestión relativamente reciente y que no está todavía totalmente definida; entre los aspectos determinantes o relevantes de ésta destacamos el de la globalidad a la hora de referirse, como hemos visto, al

desarrollo de la persona, a las relaciones que se establecen entre la gente joven y los adultos. Hoy día tanto los agentes educativos como los espacios de aprendizaje no se vinculan únicamente a un aula o al profesorado. Sobre esta base se postula la educación holística de carácter integral, varias son las aproximaciones que durante los últimos años del siglo XX y principios del actual se han propuesto para caracterizarla, desde el «Holistic Education Network» del ACSA hasta el «Institute for Studies in Education» de la Universidad de Ontario, pasando por el «Global Alliance for Transforming Education» (GATE), entre otros, han tratado de realizar una aproximación que defina este término. Entre nuestros objetivos no se encuentra el de definirlo sino más bien se trata de proponer al lector una reflexión sobre la situación educativa actual tratando, de acuerdo con las posturas que convergen en la propuesta señalada, de establecer una educación de carácter integral que pretenda, según (Yus, 2001: 32) la interrelación, espiritualidad y equilibrio de la persona y, lo que es más importante, la globalidad de la persona que constituye aspectos indisociables de la misma y fundamentales para conocer, interpretar críticamente y actuar en el mundo con autonomía. Esta última cuestión a la que, de forma indirecta nos referimos cuando hacemos alusión a Piaget, constituye actualmente y lo ha hecho a lo largo de la historia una preocupación, especialmente a nivel educativo, dado que, la autonomía del individuo es el bien que hay que perseguir (Bernal, 2001: 45). La autonomía como, señala Bernal, se mantiene en la actualidad como valor primordial, objetivo y principio de todos los ámbitos. Se trata de que el sujeto aprenda a juzgar por cuenta propia (Naval, 2001: 69).

En este caso nos referimos a la población de edades inferiores que se encuentra en una etapa de tránsito y desarrollo de su propia personalidad, pero este es sólo un ejemplo de un sector de la ciudadanía que requiere de la intervención educativa para convertirse en ciudadano/a hábil, competente para, no sólo trabajar con los nuevos medios, léase el caso de los teléfonos móviles, sino también para

evitar o detectar aquellos aspectos de este contacto en los cuales la transmisión de información y los valores de ella derivados interfieren de forma negativa o dificultan, de algún modo, el desarrollo de la personalidad moral del sujeto. No podemos pasar por alto que esta cuestión era tenida en cuenta ya en el siglo XIX cuando autores como Piaget (1896) hacían referencia al desarrollo evolutivo del ser humano como un proceso directamente relacionado con la reestructuración de las capacidades cognoscitivas.

La formación por competencias una oportunidad para contribuir al desarrollo de una ciudadanía crítica.

De la situación analizada hasta el momento se deriva la necesidad de formación del sujeto para que posea las habilidades mínimas necesarias para relacionarse con los demás, se trata de poder analizar, argumentar y dialogar sobre la realidad social del momento. Tal situación surge y se produce especialmente en espacios democráticos que favorecen la participación y el desarrollo de las interrelaciones de los individuos entre sí y de éstos con la sociedad. Una sociedad democrática, justa, donde la ciudadanía pueda interactuar de igual a igual con sus semejantes, con los que por otra parte, ha de convivir. Para ello proponemos la formación, de la población más joven, de manera que dispongan de una mirada crítica ante la actual producción tecnológica y mediática.

El modelo a utilizar, en este caso desde el aula, tanto si corresponde a una educación de carácter formal como no formal es el basado en las competencias entendidas como *habilidades que se apoyan en los conocimientos pero que no se agotan en ellos*. Se trata de, como se deduce del «Informe Delors» de educación, construir un proceso que recoge una serie de aprendizajes fundamentales, de adquirir instrumentos de comprensión, poder influir sobre el propio entorno partiendo de, o contando con ellos, participar y cooperar con los demás en las actividades humanas y todo ello desde la perspec-

tiva de la educación integral de la persona. Al respecto destacaba la necesidad de adquirir competencias en la cultura de la participación y convergencia de los medios (Jenkins, 2008: 108).

Para ello es necesario un estudio de los medios en función de sus representaciones, de la tecnología, lenguaje, modelos y textos (Aparici, 2010: 21). El citado estudio tiene presentes, varias dimensiones: personal, espacial, social y temporal; se encuentra enmarcado en un escenario tecnológico y mediático donde tiene especial importancia el interaccionismo. En este espacio cobran especial importancia la competencia lingüística y la comunicativa además de la competencia en tratamiento de la información y competencia digital directamente relacionadas o vinculadas con el tratamiento de la información y comunicación. Tales habilidades se relacionan, según se recoge en el marco institucional del Consell Superior d'Avaluació de Catalunya (2003), con la búsqueda, selección, comprensión, análisis, síntesis, valoración, procesamiento y comunicación de información en sus diferentes lenguajes: verbal, icónico, visual o gráfico, entre otros. La puesta en marcha y adquisición de estas habilidades exige además de la intervención educativa, de la convergencia de esfuerzos realizada por las instituciones familiares y educativas (Tornero, 2008: 18), así como de las instituciones cívicas que dependan de la participación y de la actividad ciudadana. Se trata de contribuir a, como ha señala en algunas entrevistas Merlo Flores, socióloga y presidenta del Instituto de Investigación en Medios (IDIEM), *“empoderar a las generaciones más jóvenes frente a la TV: crear capacidad crítica que sea propia”*. A esto añadimos además no sólo el empoderamiento ante o frente al televisor sino ante las diferentes pantallas que conforman el universo mediático actual; universo al que Tornero (2000: 85) denominaba espacio mediático, hace más de una década consideraba el autor la necesidad de avance desde la noción de competencia lingüística hacia la de competencia semiológica, imprescindibles para comprender la generación de sentido en una sociedad mediática.

Actualidad de las competencias comunicativa y mediática: el colectivo adolescente.

Hoy en día, casi 12 años después de que se iniciaran las primeras referencias a las competencias imprescindibles para la comprensión y desarrollo en la sociedad mediática, tras los avances, el progreso mediático y el desarrollo masivo de los nuevos medios de comunicación asistimos no sólo a la introducción sino también al desarrollo en el ámbito educativo de las competencias. Además de referirnos al ámbito educativo no hemos de olvidar que, a pesar de habernos referido a la educación tanto de carácter formal como no desarrollada en el aula, no debemos restringirla únicamente a este espacio dado que, el objeto de estudio, investigación y producción de la cultura digital en este momento tiene lugar, principalmente, fuera del aula (Aparici, 2010).

En estos diferentes espacios es donde ha de desarrollarse la competencia mediática que persigue el fomento de la capacidad crítica y analítica. Su origen se encuentra directamente relacionado con la tendencia a investigar aspectos relacionados con los públicos y las producciones de las tecnologías digitales, la telefonía móvil, los videojuegos (Aparici, 2010: 21); cada vez cobra mayor importancia la capacidad de situarse ante los medios y saber analizar la información que recibimos. El desarrollo de la competencia mediática, a diferencia de lo que sucede con el de la autonomía moral, guarda relación con factores como el de la edad, según investigaciones realizadas en España por el Instituto de Tecnologías Educativas (ITE) en relación con la comunicación mediática destaca la motivación personal aunque no podemos obviar que además influyen factores como la edad, el grado de conocimiento o el nivel de estudios; este informe también recuerda que la motivación es una cuestión más de índole personal que colectiva, motivo que justifica la necesidad del desarrollo de la capacidad crítica y analítica a nivel personal. Para ello se requiere de la formación por competencias, especialmente la competencia comunicativa de la que forma parte la mediática definida *como la capacidad*

o el conjunto de capacidades que se obtienen a partir de integrar los conocimientos, habilidades, valores, actitudes y destrezas sobre medios de enseñanza (Martínez, 2010: 132). Esta autora se refiere a la necesaria adquisición de competencia mediática por parte de los profesionales de la educación quienes a su vez han de actuar como mediadores, como guías que motivan y facilitan los recursos; su concepción está basada en el autoaprendizaje permanente sobre o soportado por las tecnologías de la comunicación (TIC); no puede obviarse la vinculación de su tarea con el alumnado internauta que cada vez conforman un mayor número de menores que han nacido y desarrollan su vida en contacto con las nuevas tecnologías y medios de comunicación, los denominados nativos digitales. Esta labor posee un carácter transversal y persigue la adquisición de la habilidad que faculta, en este caso al alumnado, para favorecer por un lado la comprensión de la información que los diferentes medios transmiten y, por otro la integración e inclusión de estos en el aula, en el ámbito educativo y por extensión en la vida. Este cometido se encuentra directamente relacionado con la cuestión de la alfabetización entendida como la preparación para el aprendizaje de carácter permanente.

Tanto la adquisición de competencias como la alfabetización constituyen cuestiones relevantes y de trascendencia suma pues, su desarrollo posibilitará que se infunda de manera interdisciplinar en el alumnado en particular y de forma general en los diferentes sectores que conforman la ciudadanía, la capacidad para seleccionar, interpretar y utilizar la información respetando la libertad de expresión y el pluralismo ideológico y favoreciendo el desarrollo de la lectura crítica y la participación. Todas estas destrezas se encuentran directamente relacionadas con la oral y escrita; además favorecen el diálogo y como indica (Pérez-Rodríguez, 2005: 136) la comunicación sin fronteras. Actualmente se están desarrollando cada vez más estudios que pretenden demostrar cuál es el grado de competencia mediática de la ciudadanía española o de la de determinados puntos geográficos, se echan en falta estudios cuya pretensión fundamental se centre en el establecimiento

de estrategias que favorezcan el desarrollo de actividades mediante las cuales se lleve a cabo la consecución de estos objetivos. Esta ardua tarea que se encuentra en curso, entre la literatura revisada y que día a día va surgiendo, podemos observar la propuesta de actividades que se refieren a las distintas dimensiones y ámbitos a los que alude por ejemplo el Consejo Audiovisual de Catalunya (CAC) en el documento Competencias en Comunicación Audiovisual. Entre éstas destacamos las que hacen referencia a la representación del lenguaje: relación entre la capacidad de interpretación y valoración de los diversos códigos del lenguaje o capacidad de expresión de forma correcta que posibilita la modificación de los diferentes productos multimedia a los que se tiene acceso. Otra de las dimensiones es la relacionada con la tecnología, con la capacidad de interactuar y gestionar la información de forma racional o lúdica según corresponda. La creación de redes colaborativas favorecerá el manejo de herramientas comunicativas en el entorno multimedial. Los procesos de producción y distribución, los de recepción e interacción o los valores e ideología junto a la estética son algunas de las dimensiones a las que se refiere el documento del Conseil Audiovisual (CAC).

Constatadas algunas de las dimensiones que conforman esta competencia hemos de aludir a la importancia que a todos los niveles adquiere. Por otra parte, y como complemento de éste, existen diferentes estudios como el realizado por el Ministerio de Educación en España, concretamente por el Instituto de Tecnología Educativa (ITE), bajo el título Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España donde un equipo multidisciplinar en el que tienen presencia 17 universidades de la geografía española junto con miembros del Grupo de Investigación Ágora de la Universidad de Huelva han tratado de medir el grado de competencia mediática de la ciudadanía española partiendo de las seis dimensiones a las que nos hemos hecho referencia anteriormente.

Además de estos estudios destaca la investigación sobre el Grado de Competencia en Comunicación Audiovisual de los ciuda-

danos en Aragón; este estudio llevado a cabo por un profesor de Sociología de la Comunicación y una profesora de Comunicación Audiovisual de las universidades Oberta de Catalunya y Zaragoza respectivamente, apoyándose en el reclamo que el Consejo de Europa o la ONU y la UNESCO realizan sobre la necesidad de que, según ellos mismos al inicio de su trabajo indican, la ciudadanía esté formada en el ámbito de la alfabetización audiovisual y digital, tratan de estudiar las competencias audiovisuales que posee la ciudadanía para interpretar de forma reflexiva y crítica los mensajes. En las conclusiones de su trabajo señalan las carencias que afectan a las seis dimensiones señaladas que componen la competencia audiovisual, los mejores resultados, es decir, las puntuaciones mayores las han obtenido los encuestados en el área de tecnología, señalan además que la competencia su desarrollo y nivel están directamente relacionadas con la edad de la ciudadanía que participa en el estudio, a menor edad mayor grado de competencia a pesar de ello los jóvenes tampoco alcanzan el mínimo exigido y por tanto proponen la introducción en los centros educativos de una asignatura de educación mediática o en comunicación audiovisual.

Además de estas investigaciones no podemos dejar de referirnos al estudio recientemente editado por Aguaded *et al.* (2011: 100) sobre el grado de competencia mediática en la ciudadanía Andaluza donde se pone de manifiesto que entre los ciudadanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía hay graves carencias respecto al grado de competencia en comunicación audiovisual, en las seis dimensiones que conforman la competencia comunicativa se aprecia una importante necesidad formativa. La dimensión donde se obtienen mejores puntuaciones es en la tecnológica al igual que sucedía en el caso de la ciudadanía de Aragón. De tales resultados deducimos que, la ciudadanía es medianamente competente en aquellas cuestiones relacionadas con la terminología y manejo de la tecnología audiovisual aunque esto no ocurre de igual modo en todas las franjas de edad. En el género existen también diferencias a la hora de

la emisión de las respuestas, al igual que sucedía en el informe que hace referencia a la ciudadanía aragonesa, el grado de competencia guarda relación con el nivel de estudios, de ahí que los investigadores y colectivos interesados en esta temática coincidan a la hora de abogar por la educación como posible medida a través de la cual ha de iniciarse la alfabetización. No se refiere exclusivamente a la formación académica desde el aula, sino a la formación de la ciudadanía en general, no podemos olvidar que, como hemos indicado anteriormente, la alfabetización y adquisición de competencias audiovisuales y mediáticas no se encuentra unida indisolublemente al aula, aunque en este espacio es donde ha de iniciarse debe continuarse a lo largo de toda la vida y de forma íntegra, por otra parte se trata de una cuestión tanto formativa como cultural.

La consecución de los objetivos señalados responde a una labor conjunta que engloba el trabajo dentro y fuera de nuestras fronteras, personal que se encarga de materializar y ejemplificar una necesidad reciente derivada, entre otros aspectos, de la masiva y acelerada implantación de los medios de comunicación y nuevas tecnologías en nuestra sociedad y en la cultura en general; la ciudadanía ha de verse no sólo dotada de material sino además de los conocimientos que la capacitan para el desarrollo de su vida en la sociedad mediática a la que pertenece. Mencionamos de forma especial a aquellos colectivos que participan de igual modo del grado de ciudadanía al que nos referíamos al inicio de este trabajo y que, a nuestro juicio, requieren de una especial atención ya que, pueden verse más influenciados debido a su menor grado de desarrollo de la personalidad moral.

Conclusiones

Con esta reflexión se pretende justificar la necesaria adquisición de la capacidad crítica por parte de la ciudadanía de todas las edades; esta tarea ha de desarrollarse tanto entre los más jóvenes como el resto de la ciudadanía, en nuestro caso la española.

El importante desarrollo y expansión de los diferentes medios y formas de comunicación que pueblan la actual sociedad de la información, además de su poder e influencia justifican la necesidad de personalidades morales autónomas, críticas, capaces de analizar la información que reciben. La consecución de tal objetivo se logra entre otras formas gracias a la alfabetización, entendida como la capacidad de análisis y comprensión de la información; no se trata de un mero aprendizaje de carácter tecnológico, sino de una adquisición de habilidades, también conocidas como «competencias». Esta necesidad de adquisición y desarrollo de la competencia mediática nos ha conllevado al análisis de algunos estudios de importante relevancia y trascendencia en el panorama nacional, que nos sirven para reafirmarnos en nuestra propuesta de partida, para constatar la falta de capacidad crítica de la ciudadanía española en la sociedad mediática ante la información que se deriva de las múltiples pantallas.

En la revisión de estos estudios –aunque algunos de ellos como el Instituto de Tecnología Educativa incluye propuestas de actuación– se observa, por un lado, que este tema debería preocupar, como hemos indicado al inicio del trabajo, a la familia, a los educadores y a todo un conjunto de profesionales que se encargan de investigar y trabajar de forma pormenorizada aspectos relacionados con el desarrollo de la competencia audiovisual y mediática en la ciudadanía. Por otro lado, de estos estudios se deduce la falta de paquetes de medidas o estrategias para ser desarrolladas tanto entre la ciudadanía como en el aula, actividades que posibiliten y contribuyan a favorecer la aproximación y consecución de personalidades críticas ante la información recibida y ante la emisión de las diferentes pantallas que conforman el universo mediático.

Bibliografía

- Aparici, R. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Cabrera, F. (2002). Hacia una nueva concepción de la ciudadanía en la sociedad global. En Pina, B. (Coord.) *Identidad y ciudadanía. Un reto a la educación intercultural*. Madrid: Narcea.
- Bernal, A. (2001). La autonomía como meta en la educación moral y cívica. En Rodríguez, A. & Peralta, F. (Eds.): *Autonomía, educación moral y participación escolar*. Pamplona: Eunsa.
- Castillo, G. (2009). *El adolescente y sus retos. La aventura de hacerse mayor*. Madrid: Pirámide.
- Del Águila, R. (1997). *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Trotta.
- (2008). *Democracia, tolerancia y educación cívica*. Madrid: Servicio de publicaciones de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Ferrés, J. (2010). Educomunicación y cultura participativa. En Aparici, R. (Ed.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Giroux, A. H. (1993). *La escuela y la lucha por la ciudadanía*. Madrid: Siglo XXI.
- Innerarity, D. (2006). *El nuevo espacio público*. Madrid: Espasa Calpe.
- Naval, C. (2001). Educación y retórica. Aprender a jugar por cuenta propia. En Rodríguez, A. & Peralta, F. (Eds.). *Autonomía, educación moral y participación escolar*. Pamplona: Eunsa.
- Otte, M. (2010). *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación: cotidiana*. Madrid: Ariel.
- Pérez-Rodríguez, M. A. (2005). *Los nuevos lenguajes de la comunicación: enseñar y aprender con los medios*. Barcelona: Paidós.
- Piaget, J. (1983). *El criterio moral en el niño*. Barcelona: Fontanella.

Periódicos y revistas

- Pérez Tornero, J. M. (2008). La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática. *Comunicar* 31; 15-25.

Periódicos y revistas en línea

- Aguaded, J. I. (2011). Informe de Investigación: El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza. Disponible en issuu.com/grupo-comunicar/docs/competencia-mediatica.
- Ferrés, J. (2008). CAC: La competencia en comunicación audiovisual: propuesta. Disponible en www.cac.cat/pfw_files/cma/re-cerca/...cac/Q25ferres2_ES.pdf.
- Evaluación del Grado de Competencia Mediática en los Títulos de Grado del Ámbito Educativo a través del Portafolio Electrónico Reflexivo. Disponible en www.educacionmediatica.es/.../Natalia%20Gonzalez%20.
- Holistic Education. Research Unit. Disponible en www.holisitc-education.net/research.htm
- Holistic Education Network. Disponible en www.hent.org/chicago.htm.
- Informe Delors de la Educación. Disponible en www.unesco.org/education/pdf/DELOR_S.PDF.
- Investigación sobre el grado de competencia audiovisual de los ciudadanos en Aragón. Disponible en www.educacionmediatica.es/.../Carmen%20MARTA%20y%20J.A.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M. & Robinson, A. J. (2008). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Chicago.
- Martínez, C. V. (2010). Dimensiones de la competencia mediática del profesional de la educación secundaria básica. En Cuadernos de Educación y Desarrollo 31, vol. 2 [en línea].
- Media Literacy. Disponible en www.medialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf.