

Propuestas para la construcción de indicadores de alfabetización mediática

Estudio de las iniciativas del Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura, Deportes de Reino Unido, el Consejo de Europa y el Modelo integrado de alfabetización del ciudadano en la sociedad digital de Manuel Area (La Laguna) y Teresa Pessoa (Coimbra)



Ruth Ainhoa de Frutos García

Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga.
ruth.defrutos@uma.es

La problemática de la alfabetización mediática ha sido una constante en los estudios realizados por órganos de reconocido prestigio tales como UNESCO y la Unión Europea. Ante la ausencia de modelos generales para analizar el estado de la cuestión y las limitaciones de los existentes, esta investigación se centra en el análisis de los indicadores planteados por organismos internacionales como el Consejo de Europa, el Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deporte de Reino Unido o investigaciones llevadas a cabo por distintas universidades.

Este trabajo persigue la enumeración de variables para diseñar una futura gama de indicadores que permitan analizar la situación de la alfabetización mediática en diversos entornos. Desde este punto de vista, la búsqueda de sistemas de indicadores fiables en el entramado mediático fortalecerá la comprensión del mismo, facilitando la realización de análisis comparados que tengan en cuenta la alfabetización mediática.

1. Introducción. ¿Qué se entiende por alfabetización mediática?

«A worldwide movement in media literacy education has been growing for roughly twenty-five years now and has been marked by a number of recent developments» (Kurbey en Martens 2011:1)

La patria del arte cinematográfico, Francia, fue el primer líder del movimiento de la alfabetización me-

diática, al crearse los clubs de cine con finalidades educativas. Desde ese momento, en los inicios de los años veinte del siglo pasado, la alfabetización mediática ha cambiado numerosas veces de nombre y no pocas de contenido, hasta que UNESCO la incorporó dentro de sus directrices como una prioridad para el desarrollo de la cultura educativa del siglo XXI. De acuerdo con la interpretación de Fedorov sobre la última definición propuesta por este organismo internacional, la alfabetización mediática:

- «Hace referencia a todo tipo de medios de comunicación e incluye textos y gráficos, sonidos, imágenes fijas y en movimiento a través de cualquier tipo de tecnología.
- Permite que las personas adquieran conocimientos sobre los medios de comunicación utilizados en su sociedad, y sobre el modo en el que operan, y también el aprendizaje de ciertas herramientas que permitan el uso de estos medios para comunicarse.

• A través de su conocimiento ayuda a las personas a: analizar, reflexionar críticamente y elaborar contenidos; identificar las fuentes, sus intereses políticos, sociales, etc.; interpretar los mensajes y valores ofrecidos; seleccionar los medios apropiados para comunicar sus propios mensajes y tener acceso a los medios tanto para la recepción

Ayuda a las personas a analizar, reflexionar críticamente y elaborar contenidos; identificar las fuentes, sus intereses políticos, sociales...

como para la producción» (Fedorov 2011: 8).

Posteriormente, la Alianza de Civilizaciones (Nota 1) hizo suyo el concepto, impulsando la alfabetización mediática como una vía para afianzar la comunicación intercultural.

Sin embargo no son unívocas las expresiones que, desde el campo académico, abordan la cuestión. Sólo por citar un ejemplo, en su examen de estudios sobre alfabetización mediática Potter cita más de veinte definiciones (Potter en Livingstone 2011: 26) todas ellas «convergen en la idea de una utilización crítica de los medios en los procesos de sedimentación de

la información y el conocimiento, así como en la formación de opinión» (Díaz Nosty 2011: 3). El entendimiento de la dieta mediática por parte del propio público aumenta el poder del ciudadano en la creación de su espíritu crítico.

Como indica Alexander Fedorov, la educación mediática forma parte del derecho fundamental universal a la libertad de expresión de toda persona, así como del derecho a la información y cumple con su función de construcción y conservación de la democracia (2011: 8). En este sentido, la superación del analfabetismo funcional debe pasar por otras capacidades más allá de la lectura y la escritura, como el entendimiento de las imágenes y las nuevas tecnologías de la información (Jiménez Castillo 2005: 273).

Con el tiempo, este significado se ha ampliado hasta incorporar todo el conocimiento y habilidades necesarias que otorgan a las personas alfabetizadas la posibilidad de entender su entorno y relacionarse con él. Siguiendo la definición de González Cortés (2011: 124), la alfabetización mediática se podría definir como la capacidad que tiene un individuo de interpretar, de forma autónoma y crítica, los flujos, contenidos, valores y significados de los mensajes difundidos por los medios de comunicación de masas en todas sus manifestaciones.

Es evidente que comprender cómo funcionan los medios de comunicación en un mundo global es imprescindible. Por este motivo, numerosas organizaciones han instado a los gobiernos a promover la alfabetización mediática mediante actividades, talleres e iniciativas que faciliten su comprensión. (Nota 2)

2. Alfabetización mediática para una ciudadanía con espíritu crítico

Cuando el autor canadiense Marshall McLuhan escribió el pasaje «*the médium is the message*» (1967: 26) difícilmente imaginaria todo su potencial con la llegada de internet. La red de redes ha generado un volumen de información que debe ser gestionado por parte del usuario. Pero no sólo los servicios de internet han provocado este fenómeno.

El acceso variado a los medios y la telefonía también se consolidan como factores vitales para el desarrollo de una sociedad. Como consecuencia de los cambios tecnológicos y la globalización, los ciudadanos son cada vez más dependientes de internet, los videojuegos, la música, los medios de comunicación tradicionales, etc.

De forma paralela, la participación, el pluralismo y la diversidad de opiniones continúan siendo los principios rectores de todo sistema democrático y, por tanto, la alfabetización mediática se convierte en un desafío para su consecución.

En este sentido, hay una urgencia en inculcarla en los nuevos ciudadanos para ser consumidores de información críticos y para contribuir de forma efectiva al discurso público. Al desarrollar habilidades mediáticas, los ciudadanos pueden protegerse a sí mismos y a los demás de contenidos nocivos, la mayoría de ellos impulsados por nuevas informaciones y tecnologías de la comunicación (Martinsson 2011: 71).

El desafío que existe, por tanto, es desarrollar políticas que equilibren dos objetivos en conflicto: maximizar el potencial de las nuevas tecnologías de la información y minimizar los riesgos que conllevan (Livingstone y Haddon, en Carlsson 2011: 109).

Los ciudadanos son cada vez más dependientes de internet, los videojuegos, la música y los medios de comunicación tradicionales



Como indica Sonia Livingstone, nunca ha sido fácil evaluar la alfabetización mediática (2011: 29 y ss.). En este sentido, se han seleccionado tres de las principales investigaciones que han dado lugar a corpus de indicadores sobre alfabetización mediática, evaluándolas a través de una matriz DAFO.

3. Metodología de la investigación

Para el desarrollo de la investigación, se ha optado por esta metodología de tipo descriptivo en la medida en la que interesaba averiguar cuáles eran los puntos fuertes y débiles de conjuntos de indicadores derivados de organizaciones internacionales, instituciones públicas e investigadores particulares. Con esta finalidad, se han utilizado una técnica cualitativa como la matriz DAFO para el análisis de los documentos del Consejo de Europa, el Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deporte de Reino Unido y de los profesores Area y Pessoa, así como artículos científicos que profundizaban en los documentos primarios, que han sido susceptibles de modificación durante el proceso.

3.1. Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura, Deportes de Reino Unido

En la declaración general sobre alfabetización mediática del Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deportes de Reino Unido (en inglés, *Department of Culture, Media and Sports, DCMS*), los elementos fundamentales para la alfabetización mediática eran la importancia de una audiencia crítica y las aptitudes tecnológicas. Para evaluar estos elementos, se incluían como indicadores:

- La capacidad de distinguir la realidad de la ficción, incluyendo la habilidad de identificar diferentes grados y géneros de realismo;
- La comprensión de los mecanismos de producción y distribución que resultan de la propaganda;
- La distinción entre reportaje y el activismo o la defensa de la causa, reconociendo y evaluando los mensajes comerciales;
- El análisis de los imperativos económicos; culturales y de representación en la gestión de las noticias;
- La explicación y justificación de opciones mediá-

ticas con el fin de garantizar opciones informativas y de mantener niveles apropiados de distancia crítica

Además de estos contenidos básicos (*content-based skills*), el del Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deportes de Reino Unido incorporó como indicadores el desarrollo de aptitudes técnicas respecto a las herramientas de navegación y la capacidad de creación de contenido en internet.

Sin bien este corpus de indicadores tiene como fortaleza la división pormenorizada de los mismos en indicadores y subindicadores, se observa una serie de debilidades que pueden ser mejoradas. Aunque si estos indicadores son útiles, es evidente que existe una falta de estándares comunes sobre alfabetización mediática que obliga a la evaluación pormenorizada no sólo de las iniciativas pedagógicas, sino también políticas. La especificación de estándares es de crucial importancia para el desarrollo y evaluación de programas educativos, de herramientas y de formación.

Por estas razones, en 2002 el gobierno británico se comprometió por primera vez a la promoción de la alfabetización mediática, implementando políticas públicas de mejora del entendimiento de contenidos y servicios en los medios electrónicos. (Nota 3)

3.2. Esfuerzos de la Unión Europea

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la Unión Europea (Nota 4), en la Cumbre de Lisboa del año 2000, la Comisión Europea (CE) estableció un sistema de indicadores que habrían de medir el proceso realizado hasta los objetivos propuestos (Comisión Europea. i2010 High Level Group 2006). Éste conjunto de indicadores se ocupaban de:

- El desarrollo de la banda ancha
- La difusión de servicios avanzados en red
- La seguridad de los servicios en red
- El impacto en el mercado y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación.

Sin embargo, ninguno se ocupaba de considerar ni los usos cualitativos de las tecnologías por parte de

Los elementos fundamentales para la alfabetización mediática eran la importancia de una audiencia crítica y las aptitudes tecnológicas



los ciudadanos, ni la relación entre las tecnologías y las capacidades. Según Tornero y Cerdà (2011: 41), se han privilegiado aspectos difusionistas y economicistas pese a la creciente conciencia de la debilidad de los indicadores actuales, incluso en una segunda fase del proyecto (i2010 High Level Group 2009).

Una vez asumidas estas debilidades del concepto de alfabetización mediática, la Comisión Europea ha desarrollado una serie de investigaciones con el fin de crear e implementar un corpus de indicadores de alfabetización mediática eficaces.

El estudio *Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe* (Pérez Tornero 2007) analizaba las tendencias y aproximaciones al tema en Europa, planteando un mapa de las principales prácticas existentes. Esta investigación crea un primer sistema de indicadores para la medición de los niveles de alfabetización mediática en los países europeos.

Dos años después, se llevó a cabo *Assessment Criteria for Media Literacy Levels* (Celot 2009), en el que se incluía un primer marco con una evaluación de los niveles de alfabetización mediática alcanzados en el entorno de la Unión Europea.

Con respecto a la división por indicadores, a cada uno de los ítems ha sido atribuido un porcentaje específico, en función de su peso en la evaluación final de la alfabetización.

Llaman la atención especialmente aquellos elementos que, encontrándose en la base de la pirámide, permiten la consecución de altos niveles de alfabetización mediática tales como la disponibilidad tecnológica (45%) y la existencia de un contexto que promueva la alfabetización (37 %).

El uso sería el segundo peldaño de la pirámide, obteniendo un porcentaje específico del 67 %, en el que el uso equilibrado y activo de los medios, la capacidad para el uso de ordenadores e internet y el uso mejorado de internet daría lugar al tercer peldaño, que tiene que ver con el conocimiento crítico. Éste se basa en un conocimiento sobre los medios y su regulación (33%), así como la comprensión de contenidos mediáticos, lo que daría acceso al cuarto y último escalón: comunicar.

En esta punta de la pirámide, «que representa el culmen del desarrollo de la alfabetización mediática»

(González Cortés 2011: 126), aparecen la participación y las relaciones sociales y con ellas se llegaría al 100% de la alfabetización mediática.

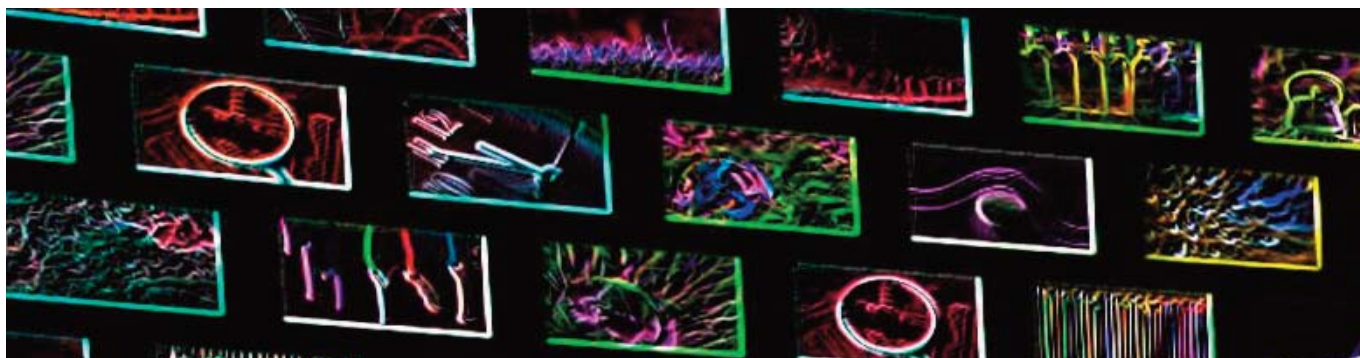
3.3. Esfuerzos de investigadores particulares: el Modelo integrado de alfabetización del ciudadano en la sociedad digital de Manuel Area (La Laguna) y Teresa Pessoa (Coimbra) en Comunicar

Hay otros esfuerzos caracterizados por la autoría individual de la investigación. Este es el caso del trabajo realizado por Manuel Area (Nota 5), primero en solitario y posteriormente con la profesora Teresa Pessoa, que se ha materializado en el modelo integrado de alfabetización del ciudadano en la sociedad digital. En este sentido, los profesores Manuel Area y Teresa Pessoa (2011: 17 y ss.) plantean los ámbitos o dimensiones de aprendizaje sobre los distintos planos que representa la Web 2.0 y, por otra parte, las competencias o habilidades implicadas en el proceso alfabetizador.

El modelo está dividido en dos grandes fases. En la primera, se examinan las principales características de la web 2.0: la web 2.0 como biblioteca universal, como mercado global, como puzzle gigante de hipertextos, como plaza pública de comunicación e interacción social, como territorio de expresión multimedia y audiovisual y como múltiples entornos virtuales interactivos.

En la segunda fase del modelo, se propone el mismo ante esta cultura digital que consta de dos ejes o «planos básicos», como definen los autores (2011: 13 y ss.): el primero referido a los ámbitos o dimensiones de la alfabetización y el segundo a las competencias de aprendizaje (instrumentales, cognitivo-intelectuales, socio-comunicacionales, emocionales y axiológicas) a desarrollar en los sujetos.

Según los autores, la alfabetización en la cultura digital es «algo más complejo que el mero aprendizaje del uso de las herramientas de software» (2012: 20). Por esta razón, Area y Pessoa plantean un conjunto de indicadores claramente clasificados por campos de estudio que, si bien pueden resultar genéricos, favorecen la interpretación en conjunto de la alfabetización mediática de individuos y sociedades.



4. Resultados

Tras la aplicación de la metodología inspirada en la matriz DAFO a los diversos conjuntos de indicadores de alfabetización mediática objeto de estudio, se han identificado puntos débiles internos y externos que pueden ser mejorados a través de las estrategias que se describirán a continuación. (Nota 6)

Para su explicación esquematizada, se ha optado por dividir y ejemplificar las estrategias en aquellas que sirven para la mejora de la metodología planteada por cada institución y aquellas que atañen al contenido de los indicadores observados.

4.1. Destinatarios

Siguiendo la clasificación utilizada por los profesores de la Universidad de Huelva, Delgado Ponce y Pérez Rodríguez, el conocimiento de los destinatarios a los que van dirigidos los distintos elementos es el primero de los bloques de resultados.

En este sentido, sólo el trabajo individual de Area (2008) y posteriormente con Pessoa (2012), está encaminado a la evaluación tanto de individuos como de sociedades digitales. Así, los autores plantean que la alfabetización mediática pasa necesariamente por un cruce entre las competencias de los ciudadanos y las dimensiones o contenidos de acción, con el fin de generar en el ciudadano una cultura crítica y con valores democráticos.

En el caso de *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, el objetivo son los países europeos a los que se dirige la evaluación de los niveles de alfabetización mediática. Como todo sistema de medición, los criterios para evaluar la alfabetización mediática propuestos por la CE tuvieron sus dificultades, entre las que destacan la propia naturaleza dinámica de la alfabetización mediática, las diferentes realidades nacionales y, en el caso que nos ocupa, la dificultad en la selección de indicadores apropiados para medir la alfabetización mediática desde el prisma de los estudios comparados.

En el caso del Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deportes de Reino Unido, el conjunto de indicadores analizados pretende evaluar *«the ability of think critically about viewing –ie to understand why one like or dislikes certain programmes or genres and*

relate such preferences to moral and intellectual reference points; and having done so, to take greater responsibility of viewing choices and the use of electronic media» (DCMS, 2001).

Este bloque de resultados nos permite corroborar la hipótesis de Delgado Ponce y Pérez Rodríguez ya que, a pesar de la diversidad de los textos analizados, se hace hincapié en la educación formal.

4.2. Conceptualización

Con respecto a la conceptualización, y siguiendo a Grizzle (2011), se pueden distinguir dos grandes grupos. El autor aborda este problema terminológico y distingue dos tendencias básicas derivadas de las relaciones entre dos campos convergentes como son «alfabetización mediática» y «alfabetización informacional». (Nota 7)

En primer lugar se encuentra la propuesta del Ministerio de Medios de Comunicación, Cultura y Deportes de Reino Unido, que publicó el Media Literacy Statement en 2001.

La misma nomenclatura utiliza el *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, que habla de alfabetización mediática (*Media Literacy*) en todo momento. Sin embargo, el estudio diferencia dos grandes dimensiones:

- Competencias individuales (*Personal competences*): las habilidades individuales de uso de los medios de comunicación. Éstas se pueden observar tanto desde un punto de vista personal como social.
- Factores medioambientales (*Environmental factors*): el contexto del que dependen dichas capacidades personales y están divididos en cinco grandes áreas: la educación en los medios, las políticas gubernamentales, la industria mediática, la sociedad civil, la disponibilidad y información existente en un país, lo cual depende de su nivel de libertad de expresión y del pluralismo informativo.

Por su parte, Area plantea las competencias informacionales y digitales, divididas a su vez en contenidos de la alfabetización mediática, que responderían a los ámbitos o dimensiones de aprendizaje sobre la Web 2.0, y competencias implicadas en la misma en la cultura digital.

- Contenidos de la alfabetización mediática:

En este bloque los autores identifican seis dimensiones de la web 2.0 que afectan directamente a la al-



fabetización mediática del ciudadano como son la biblioteca universal, el mercado global, los microcontenidos enlazados hipertextualmente, la comunicación multimedia, las redes sociales y los entornos virtuales.

- Competencias implicadas en la alfabetización en la cultura digital

El segundo pilar del modelo teórico se refiere a la identificación de los ámbitos competenciales: instrumental (relativa al dominio de la tecnología), cognitivo-intelectual (relativa a la adquisición de conocimientos), sociocomunicaciones (relativa al desarrollo de un conjunto de habilidades relacionadas con la creación de textos de naturaleza diversa) y axiológico (relativa a la toma de conciencia de que las tecnologías no son asépticas ni neutrales) (Area: 2011; Area et al.: 2008).

4.3. Dimensiones

Como se puede intuir del bloque anterior, dentro de cada uno de los documentos los autores explican o bien los elementos principales de las dimensiones de la alfabetización mediática (Celot y Pérez Tornero 2009) o las dimensiones de la competencia digital (Area 2008 y 2012).

La principal diferencia entre los primeros estriba en la incorporación de los factores contextuales por parte del texto de Celot y Pérez Tornero (2009), mientras que Área prefiere centrarse en el individuo, evaluando sus propias competencias y, por otra parte, los contenidos de la alfabetización. Numerosos estudios (Pérez Tornero 2011, González Cortés 2011: 125 y ss.) han utilizado una pirámide para ejemplificar la estructura, valores y peso de los criterios de alfabetización mediática.

Este gráfico «representa los diferentes estadios en los que se sustenta la alfabetización mediática, así como las relaciones de dependencia que se establecen entre ellos —es obvio que los escalones más elevados sólo pueden existir gracias a los anteriores» (González Cortés 2011: 126).

Por último, en el documento del Ministerio de Me-

dios de Comunicación, Cultura y Deportes de Reino Unido se contiene el conjunto de indicadores analizados permite atisbar una focalización en las capacidades cognitivas (tanto intelectuales como técnicas) de la ciudadanía británica.

4.4. Propuestas didácticas

De las tres investigaciones objeto de estudio, sólo la propuesta de Area (2008 y 2012) ofrece propuestas didácticas, en este caso, actividades generales adscritas a las diferentes dimensiones o categorías propuestas, así como los materiales y/o recursos digitales para llevar a cabo dichas actuaciones.

5. Conclusión

Teniendo en cuenta los resultados de esta investigación, es evidente la necesidad de crear un conjunto de indicadores de alfabetización mediática eficientes y que puedan llegar a afrontar todas las rutinas de los destinatarios de los medios de comunicación, entendidos en sentido amplio.

«De la alfabetización no sólo depende el refuerzo de la cultura democrática, especialmente en los procesos de interpretación de la realidad a través de los medios, sino el desarrollo de la conciencia cívica que convierta el derecho a la información en un objetivo de transparencia y en una exigencia en la lucha contra la opacidad y la corrupción» (Díaz Nosty 2011: 4).

Por ello, el consenso en la terminología y la conceptualización debe consolidarse, al igual que la posterior elaboración de instrumentos que incidan en todos los ámbitos de las competencias mediáticas. La puesta en marcha de mecanismos de rendición de cuentas para las políticas de alfabetización mediática basadas en indicadores eficaces fomentará, sin duda, el aumento de la autonomía y el sentido crítico de la ciudadanía en el actual mundo global.

Notas

1. Sitio web de la Alianza de Civilizaciones en: <http://www.aocmedialiteray.org>. Acceso: 23.01.2013.
2. De hecho, se ha empezado a apostar, como diría Pérez Rodríguez, por un desarrollo global de la educación, como lo demuestran las medidas y documentos elaborados por la Comisión Europea, el Consejo de Europa y la ONU (Alianza de Civilizaciones).
3. The Government's 2002 Communications Bill se comprometía a «promover la alfabetización mediática», lo que también estableció durante el otoño de 2003 un único regulador (OFCOM) para reemplazar los cinco entes existentes en radio y televisión, uno de los cuales tenía muchas implicaciones en la promoción de los niveles de alfabetización mediática en el público.
4. La estrategia para el desarrollo de la sociedad de la información establecida por la Unión Europea en la Cumbre fijó entre sus objetivos dar acceso a la juventud europea a la era digital, abaratar el acceso a internet, acelerar la implantación del comercio electrónico y alcanzar una red rápida para investigadores y estudiantes, la salud y la administración en línea (Europa. Síntesis de legislación de la EU 2000).
5. Área ya propuso un corpus de indicadores en el artículo «La innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales» en Investigación en la escuela (2008): 64; 5-17. En este artículo se abordaba el desarrollo de las competencias informacionales y digitales que preparan al alumno como ciudadano autónomo, inteligente y crítico ante la sociedad del siglo XXI.

Bibliografía

Area, M. y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, 38; 13-20.

Area, M. (2008). La innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales. Investigación en la escuela 5-17.

Carlsson, U. (2011). Las perspectivas mundial y nórdica. Los jóvenes en la cultura de los medios digitales. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 99-113.

Celot, P y Pérez Tornero, J.M. (2009), Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels – A comprehensive view of the concept of media literacy and a Understanding of how media literacy level in Europe Should Be Assessed. (Bruselas): Comisión Europea.

(http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf) (22-05-2012).

Comisión Europea (2009). Recomendación de la Comisión sobre la Alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. (Bruselas)(http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c_2009_6464_es.pdf) (22-05-2012).

DCMS. (2001). A general statement of policy by the department for culture, media and sport on media literacy and critical viewing skills: Department for Culture, Media and Sport Broadcasting Policy Division.

DCMS. (2003). Assessing The Media Literacy Of UK Adults A Review Of The Academic Literature, Media and Sport Broadcasting Policy Division.

(http://www.ofcom.org.uk/static/archive/itc/uploads/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults1.pdf) (23-05-2012)

Delgado Ponce, A. y Pérez Rodríguez, Mª A., Análisis comparativo de diversas propuestas sobre el desarrollo de la alfabetización mediática.

(<http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%204/%C3%81gueda%20Delgado%20Ponce%20-%20M%C2%AA%20Amor%20P%C3%A9rez%20Rodr%C3%ADguez.pdf>) (23-05-2012).

Díaz Nosty, B. (2011). Analfabetismo mediático funcional. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 7-25.

Fedorov, A. (2011). Alfabetización mediática en el

mundo. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 3-7.

González Cortés, M.A. (2011) Analfabetismo mediático funcional. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 123-135.

Graber, D. y Mendoza, K. (2010). New Media Literacy Education (NMLE): A Developmental Approach. *Journal of Media Literacy Education*, 4; 82-92.

Grizzle, A. (2011). Media and Information Literacy: The UNESCO Perspective in School 2.0. A Global Perspective. *The Journal of Media Literacy*. 57; 1-2.

Grupo Comunicar (ed.). (2009). Política de educación en medios. Aportaciones y desafíos mundiales. *Comunicar*, 9, 32.

Jiménez Castillo, J. (2005). Redefinición del analfabetismo: el analfabetismo funcional. *Revista de Educación*, 338; 273-95.

Livingstone, S. (2011). Perspectiva democrática y crítica: Concepciones convergentes sobre alfabetización mediática. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 25-39.

Martens H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. *Journal of Media Literacy Education*, 1-2; 1-22.

McLuhan, M. (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (Nueva York): Bantam Books.

Parlamento Europeo. Consejo Europeo de Lisboa. 23 y 24 de marzo de 2000. Conclusiones de la presidencia. (Bruselas)

(http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm) (21-05-2012)

Pérez Tornero, J. M. (2011). Políticas de alfabetización en la Unión Europea. Hacia un sistema supranacional de indicadores mediáticos. *Infoamérica: Iberoamerican Communiation Review*, 5; 39-57.

Pérez Tornero, J. M. (2007). Study on the current trends and approaches to Media Literacy in Europe. (Bruselas): Comisión Europea.

UNESCO (2008). Teacher Training Curricula for Media and Information Literacy. Report of the International Experts Group Meeting. (Paris): UNESCO.

