

A PUBLICATION OF THE NATIONAL TELEMEDIA COUNCIL

THE JOURNAL OF
MEDIA LITERACY

VOLUME 63, NUMBERS 1 & 2 • 2016

ACROSS CULTURES:

A Global Look at Media Literacy Education

A TRAVÉS DE LAS CULTURAS:

Una mirada global de La educación mediática

IN COLLABORATION WITH **Comunicar**

GUEST EDITORS

BELINHA DE ABREU, PH.D (USA) • IGNACIO AGUADED, PH.D (SPAIN)

THE JOURNAL OF MEDIA LITERACY

National Telemedia Council, Inc.

1922 University Avenue • Madison, WI 53726
(608) 218-1182 • NTelemedia@aol.com
www.NationalTelemediaCouncil.org

www.JournalofMediaLiteracy.org

EDITORIAL BOARD

EDITOR

Marieli Rowe

GUEST EDITOR

Belinha De Abreu

COMUNICAR EDITOR

Ignacio Aguaded

MEMBERS

Karen Ambrosh

Neil Andersen

Belinha De Abreu

Henry Jenkins

Joanna Overn

Martin Rayala

Copyright © 2016 National Telemedia Council, Inc.
Reprints by permission only. ISSN: 1944-4982

CREDITS

Visuals within each article were provided by the respective authors or are property of NTC. Some images and photographs used herein have been found on the Internet and are used here under Fair Use Guidelines and are intended for educational purposes only.

ABOUT THE JOURNAL OF MEDIA LITERACY

The Journal of Media Literacy (first published in 1953 as *Better Broadcasts News* and later as *Telemedium*, *The Journal of Media Literacy*) is published by the National Telemedia Council (NTC), the oldest ongoing media literacy education organization in the United States, having been founded in 1953. The editors invite special guest editors for particular issues of the *Journal*. *The Journal of Media Literacy* reflects the philosophy of NTC, which takes a positive, non-judgmental approach to media literacy education as an essential life skill for the 21st Century. The National Telemedia Council is an organization of diverse professionals interested in the field of media literacy education. NTC encourages free expression of views on all aspects of media literacy in order to encourage learning and increase growth of understanding of issues in Media Literacy. Any opinions expressed in *The Journal* or by individual members of NTC, therefore, do not necessarily represent policies or positions of the National Telemedia Council.

ACROSS CULTURES: A Global Look at Media Literacy Education
A TRAVÉS DE LAS CULTURAS: Una mirada global de La educación mediática

FROM THE EDITORS

Toward a Broader Perspective through a Shared Vision

By Marieli Rowe and Karen Ambrosi 2

Cultures, Connections and Collaborations: The Journal of Media Literacy

By Belinha De Abreu, PhD 4

Perspectives on Media Literacy 8

By Ignacio Aguaded, PhD

Media literacy from international organizations in Europe and Latin America 10

By Dr. Ignacio Aguaded, Dr. Yamile Sandoval-Romero and Dr. Maria-M. Rodríguez-Rosell

Media literacy in the school curriculum 18

By Dr. Ana Castro, Dr. Paula Renes and Dr. Alejandra Phillippi

National educational policy for media literacy education: Media Arts in the Australian Curriculum 28

By Michael Dezuanni, PhD

Learning Media Literacy in Urban and Rural Schools in China 34

By Alice Y. L. Lee, PhD

Media education in Portuguese curricula 42

By Vitor Tomé, PhD

Media literacy: Good practices 50

By Dr. Paloma Contreras-Pulido, Dr. Laybet Colmenares and Dr. M.-Carmen Caldejo

Curriculum contexts: How might context influence or inflect media literacy education? 58

By Neil Andersen

Reexamining the Early History of American Media Education & Literacy 60

By Ryan Goble

Media Literacy as a responsibility of families and teachers 82

By Dr. Rosa García-Ruiz, Dr. Armanda Matos and Dr. Gabriela Borges

Media Literacy in the Education of the Faculty and Communicators 92

By Dr. Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo, Mgter. Silvia Bacher and Dr. Luis-M. Romero-Rodríguez

Media Literacy and media competence:

Dimensions for analysis and implementation of educational proposals 102

By Dr. M. Amor Pérez-Rodríguez, Dr. Águeda Delgado-Ponce and Dr. Diana Rivera-Rogel

Youth-produced media: Platforms for social inclusion 110

By Jordi Torrent

Media literacy from international organizations in Europe and Latin America

By Dr. Ignacio Aguaded (Spain)

By Dr. Yamile Sandoval-Romero (Colombia)

By Dr. María-M. Rodríguez-Rosell (Spain)



DR. IGNACIO AGUADED Ph.D. is Chair and Professor at the Department of Education of the University of Huelva (Spain). He leads the fields of Technology and Innovation and is the Chairman of Group Comunicar, in Andalusia, a veteran in Spain in Education through Mass Media. He is the Editor of «Comunicar», Media Education Research Journal (JCR, Scopus), which is distributed in Europe and America. He is also scientific advisor to several national and international scientific journals, as well as manager of «Agora» Investigation Group in the Andalusian Plan of Investigation, developing various international investigation projects. E-mail: ignacio@aguaded.es



DR. YAMILE SANDOVAL-ROMERO is a publicist and specialist in Communication with high academic qualification. She has experience in senior academic positions at Colombia universities and currently is an important researcher in the audiovisual field, and TV producer. She worked as audiovisual Director at the public television station "Señal Colombia" in children division; media analyst in the National Television Commission; Creator and Director of the international diploma in audiovisual content for kids, and Co-Director and teacher of the expert course by extension at the Universidad Internacional de Andalucía (Spain). Principal researcher of Media Literacy projects as: "Media Competence in young people." E-mail: yamilesandovalr@gmail.com



DR. MARÍA-M. RODRÍGUEZ-ROSELL is Professor and Academic Secretary at the Faculty of Social Sciences and Communication of the Catholic University of Murcia (UCAM). Professor of the Degree in Audiovisual Communication, Advertising and Public Relations, and Journalism at UCAM, where she teaches Foundations of the audio-visual communication and Management and exhibition of academic works. Professor at the Degree in Children's Education subject Resources and Materials in Early Childhood Education. She is the principal investigator of the Research Group "Communication and Minors" at the same University. Email: mmrodriguez@ucam.edu

Media Education has become a basic pillar in the formation of the citizenship of the new century. The acquisition of media competency is the fundamental strategy for the development of critical and creative people of the media that make smart use of them in the home, school and all the everyday habits. This article contextualizes different international organisms, especially the European and American ones that focus on promoting media education in the school curriculum, in households and other environments. In Europe, the Declaration

of Grünwald (1982) is a key event followed by the Vienna Conference (1999) or the Paris Agenda (2007). Also, the European Commission, the European Parliament and UNESCO have conducted interesting work. In the Americas, Latin America was historical in the 1970s due to the works by Freire. The experiments and experiences in USA and Canada are also many. The work concludes by pointing to the importance of advancing and deepening the subject to make media education a core subject in all the school curricula and informal scenarios where we move daily:

La alfabetización mediática desde los organismos internacionales en Europa y Latinoamérica

Por Dr. Ignacio Aguaded (España)

Por Dr. Yamile Sandoval-Romero (Colombia)

Por Dr. María-M. Rodríguez-Rosell (España)

La Educación en Medios (Media Education) se ha convertido en un pilar básico en la formación de la ciudadanía de este nuevo siglo. La adquisición de competencias mediáticas es la estrategia fundamental para el fomento de personas críticas y creativas de los medios que hagan uso inteligente de los mismos en el hogar, la escuela y todos los habitats cotidianos. En este artículo se contextualizan algunos organismos internacionales, especialmente europeos y americanos que se centran en promover la educación mediática en el currículum escolar, en los hogares y otros entornos ciudadanos. En Europa, la Declaración de Grünwald (1982) es un referente clave seguidos por la Conferencia de Viena (1999) o la Agenda de París (2007). También la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y la Unesco han realizado interesantes trabajos. En el continente americano, Latinoamérica fue un histórico en los años 70 a partir de los trabajos de Freire. Las experiencias en UA y Canadá son también múltiples. Se concluye señalando la importancia de avanzar y profundizar para que la educación en medios sea ámbito troncal en todo el currículum escolar y los escenarios informales en los que nos movemos a diario: medios, familia y hogares, espacios públicos.

Europa es desde hace décadas una de las principales impulsoras del fomento de la Educación en medios y de la Alfabetización Mediática. Desde algunos de sus principales organismos se han planteado interesantes programas intentando paliar el "analfabetismo mediático". Sin embargo, y aunque coincidimos con Ponte y Contreras-Pulido (2013) al afirmar que "la alfabetización mediática en Europa sigue siendo una asignatura pendiente", es de recibo destacar algunas de las políticas globales, iniciativas e investigaciones que se han impulsado desde Europa,



sin olvidar, que su implementación es una tarea difícil debido a la desigualdad encontrada en los diferentes contextos: "mientras que en algunos casos todavía están en fase experimental o en situación incipiente, en otros casos, llevan ya años de integración plena en el currículum en todos los niveles del sistema educativo" (Gómez & Aguaded, 2011).

Comenzaremos citando la Declaración de Grünwald (1982), un documento base en el que se refleja la necesidad de que los sistemas educativos y políticos reconozcan y promuevan una comprensión

family, media, public spaces and homes.

For decades, Europe has been one of the main driving forces for Media education and Literacy. Interesting programs have come from some of its main organisms that have tried to mitigate "media illiteracy". However, and although we agree with Ponte and Contrás-Pulido (2013) when attesting that "media education in Europe is still a pending subject", some of the global policies, initiatives and research that have been pushed forward from Europe should be discussed, without forgetting that their implementation has been a difficult task due to the inequality found in the different contexts: "while a few cases are still in



the experimental phase or in emergence, other cases have been fully integrated into the curriculum in all the levels of the educational systems" (Gómez & Aguaded, 2011).

We start by citing the Grünwald Declaration (1982), a base document which discussed the need

for the educational systems and politicians to recognize and promote the critical understanding of communication media. In the summer of 1990, the Toulouse Colloquy was held, and it revolved around the New Directions in Media Education. In it, media literacy as a whole was defined, and digital literacy was given protagonism and importance, as "it is not a luxury but a necessity in contemporary times", as written in the document.

By 1991, the Media Program was working on media literacy and education about the image, focusing its efforts around cinema, and especially in the organizing of festivals for youth. Years later, during the International Conference in Vienna (1999) a few of the Media Education principles were reworked, and this was declared as being part of the basic rights of every citizen in every country in the world, of freedom of expression, and of the right to information, contributing as well to the establishment and the maintenance of democracy, as discussed in Balaguer (2005).

This is how the Elearning program initiative (2004-06) was defined, which had as an objective to increase the use of new technologies and the Internet,

and to favor the access to different resources and services to improve the quality of learning.

In 2005, with the Alexandria Proclamation, information literacy and life-long learning were advocated. Two years after, the Paris Agenda (2007) was published, and this suggested the development of media education programs at every level, and the training of teachers and professors.

From this point on—although plans such as the eEurope 2002 or the eEurope 2005 were already in existence-, we find the European Commission working for media literacy, going through proposed changes in the educational models, towards active and significant learning throughout a lifetime.

In 2006, the European Charter for Media Literacy is signed, which aims to drive media literacy and education in Europe. In the same year, the Media Literacy Expert Group is established, which analyzes the situation in different European countries as regards to the subject at hand, and proposes its official implementation. This line of work starts with a public enquiry to evaluate the degrees of media literacy in the European populations, and it continues the following year with the Audiovisual Media Services Directive (Dir. 2007/65/EC, December 11th, 2007), which alludes to the advancement of media literacy.

In 2008 the European Parliament sponsors the Resolution on Media Literacy in a Digital World (2008/2129(INI)) which states that media literacy implies possessing the ability to autonomously use the different types of communication media, and to understand and value them in a critical manner.

In 2010, the Audiovisual Media Services Directive (CE 2010) insists on recommendations for the inclusion of media literacy and obliges the creation of a follow-up report every three years starting in 2011 about the degrees of media education in the population.

The Prague Declaration (2011) includes proposals to bolster working within a network by part of the organizations and plans of action, to establish bridges between media education researchers, or to add new agents in the panorama of media literacy; all of this to facilitate media education in the environment of formal and permanent education.

In 2008, the UNESCO presents the Media and Information Literacy Curriculum for Teachers, a key document.

crítica de los medios de comunicación. En el verano de 1990 se celebró El Coloquio de Toulouse que giró alrededor de las Nuevas Direcciones en la Educación en Medios; en él se dota de significado a la alfabetización mediática en su conjunto y se le da protagonismo e importancia a la alfabetización digital que "is not a luxury but a necessity in contemporary times", tal y como se recoge en el documento.

Para 1991, el Programa Media sigue trabajando sobre la alfabetización mediática y la educación en la imagen, focalizando esfuerzos en torno al cine y especialmente en la organización de festivales para los jóvenes. Años más tarde, durante la Conferencia Internacional de Viena (1999) se replantean algunos de los principios de la Educación en Medios y se declara que ésta formaba parte del derecho fundamental de todo ciudadano, en cualquier país del mundo, de la libertad de expresión, y el derecho a la información, y contribuía a establecer y mantener la democracia, tal y como recoge Balaguer (2005).

Así se entiende la iniciativa del programa Elearning (2004-06) que tuvo como objetivo potenciar el uso de las nuevas tecnologías y de Internet y favorecer el acceso a diferentes recursos y servicios para mejorar la calidad del aprendizaje.

En 2005 con la Declaración de Alejandría se defiende la alfabetización informacional y el aprendizaje de por vida. Dos años más tarde se publica la Agenda de París (2007), que sugiere el desarrollo de



programas de educación mediática a todos los niveles y en la formación de los profesores.

A partir de esta fecha –aunque ya antes existen planes como el eEurope 2002 o el eEurope 2005–,

encontramos actuaciones de la Comisión Europea trabajando por y para la alfabetización mediática que pasan por propuestas de cambios en los modelos educativos basados en el aprendizaje activo y significativo a lo largo de la vida.

En 2006 se firma la Carta Europea de Educación en Medios con la que se persigue fomentar la alfabetización mediática y la educación en medios en Europa. En esa misma fecha se constituyó un

Grupo de Expertos en alfabetización mediática que analiza la situación de los distintos países europeos respecto a esta materia y propone la implantación oficial de la misma. Esta línea de trabajo que comienza con una consulta pública para evaluar los niveles de alfabetización mediática en la población europea, continúa al año siguiente con una Directiva de Servicios Audiovisuales (Dir. 2007/65/EC, de 11 de Diciembre de 2007) en la que se alude a la promoción de la alfabetización mediática.

En 2008 el Parlamento Europeo promueve la Resolución sobre la Alfabetización de los Medios de Comunicación en un Mundo Digital (2008/2129(INI)) que expone que la alfabetización mediática implica poseer las capacidades para utilizar de forma autónoma los distintos medios de comunicación y para comprender y valorarlos críticamente.

En 2010, la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (CE 2010) incide en recomendaciones sobre la inclusión de la alfabetización mediática y obliga a la elaboración de un informe de seguimiento cada tres años desde 2011 sobre los niveles de educación en medios en la población.

La Declaración de Braga (2011) incluyó propuestas para fomentar el trabajo en red por parte de las organizaciones y programas de acción, establecer puentes entre investigadores en educación en medios, o agregar nuevos agentes en el panorama de la alfabetización mediática; todo ello para facilitar la educación mediática en el ámbito de la educación formal y permanente.

La UNESCO presentó en 2008 el curriculum para profesores sobre alfabetización Mediática e informacional, un documento clave.

Terminamos nuestro panorama con la Declaración de París (2014) sobre la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) en la era digital.

1. El caso español

Desde los años ochenta España muestra interés por considerar a los medios de comunicación como un valioso recurso educativo, desarrollando diferentes experiencias (Programas Prensa Escuela, Mercurio, Atenea).

Desde 2008, con la Resolución sobre la Alfabetización de los Medios de Comunicación en

We finish our overview with the Paris Declaration (2014) on Media and Information Literacy (MIL) in the digital era.

1. The Case in Spain

Starting in the 80's, Spain has shown interest for considering communication media as a valuable educational resource, developing different experiments (Prensa Escuela, Mercurio, Atenea Programs).

Starting in 2008, with the Resolution on Media Literacy in a Digital World (2008/2129(INI)) Spain has been developing some initiatives on media literacy, which are more focused on the technological aspects than on the competency or critical skills. The Comprehensive law of Audiovisual Communication of 2010 urged the creation of the National Commission of the Markets and Competency in 2013 to promote media literacy.

In parallel, a few highly relevant groups have become prominent, and led by García-Matilla at the University of Valladolid, Ferrés at the University of Pompeu Fabra (Barce-lona), Pérez-Tornero at the Autonomous University (Barcelona), Aguaded from the University of Huelva, or Aparici at the UNED (Madrid), they have drawn a promising picture of media competency, giving light through interesting R&D studies such as the one entitled «Audiovisual communication competency in a digital environment. Diagnostic of the needs in three social areas» (2010-12) coordinated by Ferrés, Aguaded y García Matilla, or the one beforehand, directed by Ferrés, «Media competency. Research on the degree of media competency of the population in Spain» (2011). The Comunicar group is also highlighted. This group is the publisher of the scientific journal *Comunicar*, which brings together the different advancements, perspectives and projects that are being developed worldwide on media literacy.

2. The Colombian Case

Colombia, we find efforts for complying with the objective of media education, evidenced through research results that include within their objectives or methodology, critical thinking on the contents of communication media. Baron (2002) has developed the research study «Internet, war and peace in Colombia», focused on the new media and its effect on

childhood culture. As a direct antecedent, in the year 1998, the Directorate of Educational Development of the Secretary of Education and Culture of Antioquia (SEDUCA) designed a poll to determine the relevance of media as a pedagogic tool in the classroom (Martín-Barbero & Téllez, 2006). The research showed the state of the art, in which the child and youth audiences were the main objective, with special auspices from the National Television Commission (CNTV) regulatory body starting in the year 2006 through the academic research program, until its replacement by the National Television Authority (ANTV) in the year 2012.

Within these research studies, Gómez y González (2006) highlighted the home as a space for the reflection on and education of the media. The project by Bustamante, Aranguren and Chacón (2008) sought to bolster the reading and interpretative abilities of the child audiences, from a cultural and differentiated perspective. Trujillo, Rojas and Balanta (2008) performed a pilot study with which they confirmed the consumption of non-focused content by child audiences when the child was accompanied by an adult.

Vega y García (2008), through a study of children 9 and 11 years old from three socioeconomic strata, inquired about their television preferences, the relation between preferences and identification of characters, as well as the types of participation they knew. Rubiano and Arguello (2010), analyzed the consumption of the children TV slots from two private TV channels, by a group of children living in a settlement of families who were displaced by violence.

In this panorama, we find the project entitled «Seeing how we see», developed by Sandoval and Arenas (2010), which delivers a model for the teaching of critical reception to different audiences. Lastly, from a proposal of intervention in research, Vega and Lafaurie (2013) presented results of the project developed in 2008 with children 7 to 11 years of age, in which they incorporated a media education workshop.

From the Government, in the year 2006, the influence of the media in the children's education has been recognized, demanding a more responsible role in regards to content.

On the other hand, we find another line of development related to new technologies and their influence on the educational setting, which is captured



un Mundo Digital (2008/2129 (INI)), España ha ido desarrollando algunas iniciativas sobre alfabetización mediática, más centradas en lo tecnológico que en la competencia o capacitación crítica. La Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010 insta a la creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en 2013 para la promoción de la alfabetización mediática.

De forma paralela han destacado algunos grupos de investigación relevantes que capitaneados por García-Matilla en la Universidad de Valladolid, Ferrés de la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona), Pérez-Tornero de la Universidad Autónoma (Barcelona), Aguaded de la Universidad de Huelva o Aparici en la UNED (Madrid), han dibujado un panorama prometedor sobre la competencia mediática aportando luz a través de interesantes estudios como el I+D+i titulado «La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales» (2010-12) coordinado por Ferrés, Aguaded y García Matilla, o el previo a éste dirigido por Ferrés «Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia mediática de la ciudadanía en España» (2011). Destacada también el grupo Comunicar, editor de la revista científica Comunicar, que aúnan los diferentes avances, perspectivas y proyectos que se desarrollan a nivel mundial sobre alfabetización mediática.

2. El caso colombiano

En Colombia encontramos esfuerzos por cumplir con el objetivo de la educación en medios, evidenciados a través de resultados de investigaciones que consideran

dentro de sus objetivos o metodología, la reflexión crítica de contenidos de medios de comunicación. Barón (2002) desarrolla la investigación «Internet, guerra y paz en Colombia», centrada en los nuevos medios de comunicación y su incidencia en la cultura de niñez. Como antecedente directo, en el año 1998, la Dirección de Desarrollo Educativo de la Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia (SEDUCA) diseña una encuesta para determinar la pertinencia del medio como herramienta pedagógica en el aula (Martín-Barbero & Téllez, 2006). La investigación, presenta un estado del arte en el que las audiencias infantiles y juveniles han sido el objetivo central, con especial auspicio del organismo regulador la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) desde el año 2006 a través del programa de investigaciones académicas, hasta su reemplazo por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) en el año 2012.

Dentro de estas investigaciones, Gómez y González (2006) destacan el hogar como espacio de reflexión y educación para los medios. El proyecto de Bustamante, Aranguren y Chacón (2008) busca potenciar las habilidades lectoras e interpretativas en las audiencias infantiles, desde una perspectiva cultural y diferenciada. Trujillo, Rojas y Balanta (2008), realizan un estudio piloto con el que confirman el consumo de contenidos no enfocados a las audiencias infantiles cuando el niño está acompañados de un adulto.

Vega y García (2008), mediante un estudio con niños entre 9 y 11 años de tres estratos socioeconómicos, indagan por las preferencias televisivas de los niños, relación entre preferencias e identificación con personajes, así como las formas de participación que conocían. Rubiano y Arguello (2010), analizan el consumo de las franjas infantiles de dos canales privados, por parte de un grupo de niños ubicados en un asentamiento de familias desplazadas por la violencia.

En este panorama se encuentra el proyecto «Mirando cómo miramos», desarrollado por Sandoval y Arenas (2010), que entrega un modelo de formación en recepción crítica para diferentes públicos. Finalmente, desde una propuesta de intervención en investigación, Vega y Lafaurie (2013) presentan los resultados del proyecto desarrollado en el año 2008 con niños de entre 7 y 11 años, en el que incorporan un taller de educación mediática.

in the different development plans, which include the technological component in search of two specific objectives: coverage and education.

The strategy is specified through programs such as «Live Digital Plan» from the Ministry of Information and Communication Technologies (Mintic), with aims towards allocation, access and content creation, through initiatives such as: Digital home; Live Lab; Business support Apps; Telework; Digital Citizens. Other initiatives are also notable, such as the «Computers for education» program from the Ministry of Education, resulting in three strategic lines, such as access to technology; appropriation and training of teachers and taking advantage of the ICT. Training scenarios such as the «Critical Television Viewing Degree», financed by the CNTV with support from the Colombian Association of ASCUN Universities in 2010, and project «TITA: digital education for all»; its initial phase has recently culminated, and it includes training plans that have been opened for teachers and youth from public education institutions to try to push for technological allocation all over the country.

In Colombia, the idea of media education within the framework of education law had not been as defined and expedited as in Spain. However, being conscious of the importance of communication media for teaching aids and the messages that they put into circulation, after 2008 the indicators of media competency have been included, with special emphasis on the basic standards of language. These have been named by the Ministry of Education «General orientations for education in technology». This is how the team from the Ministry of Education includes the language from its most broad and dynamic concepts and includes communication media, within non-verbal language, into one of the three aspects of language training, which is named pedagogy of other symbolic systems. ✽

REFERENCES

- Balaguer, M.F. (2005). La asociación internacional en educación en medios: Mentor. *Comunicar*, 24(12)
- Barón, L., Acevedo, F. & Luque, G. (2002). *Internet, guerra y paz en Colombia*. Bogotá: Antropos.
- Bustamante, B., Aranguren, E. & Chacón, M. (2008). Towards a democratic education of the look. *Comunicar*, 31, 41-49. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/c31-2008-01-005>
- British Film Institute (2006). *Carta Europea de Educación en Medios*. <http://goo.gl/H4wHDc>

Ferrés, J. & al. (2011). *I+D+i: Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia mediática de la ciudadanía en España*. Madrid: Ministerio de Educación.

Ferrés, J., García-Matilla, A., & Aguaded, I. (2012). *La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales* (2010-12). Madrid: MEC.

Hernando, A. & Aguaded, I. (2011). *Recomendaciones para el desarrollo de la alfabetización mediática en Brasil: propuestas desde la experiencia europea*. *Resgate*, XIX, 22, 3-15.

Gómez, R., & González, J. (2006). Pantallas reflexivas: diseño participativo de estrategias de convivencia con las pantallas. In J. González (Ed.), *Los niños y la televisión* (pp. 11-162). Bogotá: Comisión Nacional de Televisión.

IFLA/UNESCO. (2005). *Declaración de Alejandría sobre alfabetización informacional y el aprendizaje a lo largo de la vida*. Alejandría.

Martín-Barbero, J., & Téllez, P. (2006). Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos de la Comunicación*, 73, 57-69. <http://goo.gl/J1Xa5e>

Ponte, C., & Contreras-Pulido, P. (2013). Presente y futuro de la alfabetización mediática en Europa: el caso español y portugués. *Chasqui*, 124: 19-26. doi: <http://goo.gl/S1VfLj>

Rubiano, H., & Argüello, L. (2010). Recepción televisiva de la audiencia infantil con características de desplazamiento forzado. *Palabra Clave*, 2, 307-322.

Sandoval-Romero, Y., & Arenas, H. (2010). *Mirando Cómo Miramos: una propuesta desde la comunicación y la educación para multiplicar miradas*. Cali (Colombia): USC.

Trujillo, E., Rojas, A., & Balanta, P. (2008). Televisión y género: un análisis desde la perspectiva de los niños y las niñas. *Mediaciones*, 8, 25-40.

Unión Europea. Directiva de Servicios Audiovisuales 2007/65/EC, de 11-12-2007, por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Diario oficial de la Unión Europea L 332/27, 18 -12-2007, pp. 27-45. <http://goo.gl/9wgZOF>

Unión Europea. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20-12-2006, relativa a la protección de los menores y de la dignidad humana y al derecho de réplica en servicios audiovisuales y de información en línea. Diario Oficial de la Unión Europea L378/72, 27-12-2006, pp. 72-77. <http://goo.gl/MglHrS>

Unión Europea. Resolución del Parlamento Europeo, de 16-12-008, sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital. Diario Oficial de la Unión Europea CE 45/09, pp.9-14. <http://goo.gl/T1YBQn>

Unión Europea. Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10-03-2010, sobre prestación de servicios de comunicación audiovisual. Diario Oficial de la Unión Europea L95, de 15-04-2010 <http://goo.gl/6fSRW9>. DOI: 10.3000/17252512.L_2010.095.spa

Vega, M.J. & García, L. (2008). ¿Qué tiene que ver Popeye con la ciudadanía? *Revista Alterfacto*, 21-28. <http://goo.gl/59YvQL>

Vega, J. & Lafaurie, A. (2013). A Children's Observatory of Television: «Observar TV», a Space for Dialogue between Children. *Comunicar*, 40, 145-153. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-05>



Desde los planes del Estado, en el año 2006, se reconoce la influencia de los medios en la educación de los niños, especialmente la televisión, demandando un papel responsable frente a los contenidos.

Por otra parte encontramos otra línea de desarrollo relacionada con las nuevas tecnologías y su influencia en el escenario educativo, que se plasma en los diferentes planes de desarrollo incluyendo el componente tecnológico en busca de dos objetivos precisos: cobertura y educación.

Se concreta la estrategia a través de programas como el «Plan Vive Digital» del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), con direccionamiento hacia dotación, acceso y generación de contenido, con iniciativas como: Hogar digital; Vive Lab; Apoyo empresas Apps.; Teletrabajo; Ciudadanía digital. También se destacan otras iniciativas como el programa «Computadores para educar» del Ministerio de Educación, incidiendo en tres líneas estratégicas como son el acceso a la tecnología; la apropiación y formación de docentes y el

aprovechamiento de las TIC. Escenarios de formación como el «Diplomado en Televidencia Crítica», financiado por la CNTV con apoyo de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN en el año 2010, y el proyecto «TITA: educación digital para todos», recientemente culminada su fase inicial en la que se extienden planes de formación a docentes y jóvenes de instituciones públicas de educación, que pretenden potenciar la entrega de dotación tecnológica en todo el país.

En Colombia la idea de una educación en medios en el marco de la ley de educación, no ha sido tan definida y expedita como en España. Sin embargo, conscientes de la importancia formativa de los medios de comunicación y los mensajes que estos ponen en circulación, los indicadores de la competencia mediática han sido incluidos con especial énfasis en los estándares básicos del lenguaje y de manera posterior en el 2008, en lo que denominaron desde el Ministerio de Educación «Orientaciones generales para la educación en tecnología». Es así como el equipo del Ministerio de Educación asume el lenguaje desde su concepción amplia y dinámica e incluyen los medios de comunicación, dentro del lenguaje no verbal, en uno de los tres campos de la formación en lenguaje, denominado pedagogía de otros sistemas simbólicos. #