

# Comunicar

The cover features a composite image. In the foreground, a man's face is shown in profile, wearing glasses. The lenses of his glasses reflect a world map. This face is superimposed over a satellite-style map of the world. In the bottom right corner, there is a smaller, stylized world map with a grid. The background is a dark, textured map of the world.

Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, n° 28

**La educación en  
medios en Europa**

**Media Education in Europe**



© COMUNICAR, XV, 28

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA  
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

ISSN: 1134-3478 / DL: H-189-93

Andalucía, volumen XV; n° 28; época II  
1° semestre, marzo de 2007

#### REVISTA CIENTÍFICA DE ÁMBITO INTERNACIONAL INDIZADA

- LATINDEX. Catálogo Selectivo (Publicaciones Científicas Seriadas de América, España y Portugal) ([www.latindex.unam.mx](http://www.latindex.unam.mx))
  - REDALYC. Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe de Ciencias Sociales (<http://redalyc.uaemex.mx>)
    - IRESIE. Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa ([www.unam.mx/cesu/iresie](http://www.unam.mx/cesu/iresie))
      - ULRICH'S. Periodicals Directory. CSA ([www.ulrichsweb.com/ulrichsweb](http://www.ulrichsweb.com/ulrichsweb))
  - ISOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC/CINDOC) (<http://bddoc.csic.es:8080/index.jsp>)
    - ERCE. Evaluación de Revistas Científicas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales (<http://erce.unizar.es>)
      - IN-RECS. Índice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales (<http://ec3.ugr.es/in-recs>)
  - CARHUS. Departament d'Universitats de la Generalitat de Catalunya (DURSI) ([www10.gencat.net/dursi/ca/re/aval\\_rec\\_sist\\_pc05.htm](http://www10.gencat.net/dursi/ca/re/aval_rec_sist_pc05.htm))
    - RESH. Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas (CSAIC/CINDOC) (<http://resh.cindoc.csic.es>)
    - UCUA. Índice de Revistas Científicas de la Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas ([www.ucua.es](http://www.ucua.es))
      - DIALNET. Servicio de Alertas de Literatura Científica Hispana (<http://dialnet.unirioja.es>)
      - REDINET. Base de Datos de Información Educativa del Ministerio de Educación de España ([www.mec.es/redinet2.html](http://www.mec.es/redinet2.html))
      - OEI. Centro de Recursos Documentales e Informáticos de la Organización de Estados Iberoamericanos ([www.oei.es/credi.htm](http://www.oei.es/credi.htm))
      - CEDAL Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) de México (<http://investigacion.ilce.mx/dice/cedal/cedal.htm>)
        - TECNOCiencias. Portal de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (<http://tecnociencia.es>)
    - REBIUN. Catálogo de la Red de Bibliotecas Universitarias de la Conferencia de Rectores de las Universidades españolas (<http://rebiun.crue.org>)
      - Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura ([www.felafacs.org/redrevistas.asp](http://www.felafacs.org/redrevistas.asp))
    - IHCD. Instituto de Historia de la Ciencia del CSIC/Universidad de Valencia (<http://citas.idocie.uv.es/difusionrevistas/index.html>)
      - Enciclopedia Virtual de Tecnología Educativa (<http://158.49.119.99/crai/personal/evte.htm>)
      - Portal de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona ([www.portalcomunicacion.com](http://www.portalcomunicacion.com))
        - Portal Iberoamericano de la Comunicación ([www.infoamerica.com](http://www.infoamerica.com))
        - Portal Digital Educativo «Quaderns Digitals» ([www.quadernsdigitals.net](http://www.quadernsdigitals.net))
          - DOCE. Documentos en Educación ([www.eurosur.org/DOCE](http://www.eurosur.org/DOCE))
            - Boletín de Revistas del Ayuntamiento de Madrid

#### EDITA: GRUPO COMUNICAR

Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación

- [www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)
- [www.grupocomunicar.com](http://www.grupocomunicar.com)
- Administración: [info@grupocomunicar.com](mailto:info@grupocomunicar.com)
- Redacción: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)
- Apdo Correos 527. 21080 Huelva (España-Spain)
- Tfno: (+34)959 248380; Fax: (+34)959 248380

• COMUNICAR es miembro de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA), de la Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE) y socio de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos)

© COMUNICAR es una marca patentada en la Oficina Española de Patentes y Marcas con título de concesión 1806709.

- La revista COMUNICAR acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico de los ámbitos de la educación y los medios de comunicación.
- COMUNICAR es una publicación plural, que se edita semestralmente los meses de marzo y octubre.
- La reproducción de estos textos requiere la autorización de la editorial o de sus autores, depositarios legales de derechos.



Asociación de Editores  
de Andalucía



Asociación de Revistas  
Culturales de España



Centro Español de  
Derechos Reprográficos

#### DISTRIBUYEN:

##### ESPAÑA:

- Centro Andaluz del Libro (Andalucía)
- Almarío de Libros (Madrid y centro)
- Besai Libres (Cataluña)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)
- Master D (Internet)

##### EUROPA Y AMÉRICA:

- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publicencias Distribuciones (Pasto-Colombia)
- Palmaria Libros (Santiago-Chile)
- Minerva Distribuciones (Coimbra-Portugal)
- ILCE (México DF-México y América Central)

##### IMPRIME:

Gam Artes Gráficas (Huelva)

# Comunicar<sup>©</sup>

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

## CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

### ASESORÍA INTERNACIONAL: EUROPA Y AMÉRICA

- Dra. Evelyne Bévort, CLEMI, París, Francia
- Dra. Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Dr. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México
- Dr. Ismar de Oliveira, Universidade de São Paulo, Brasil
- Dr. Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Dr. Manuel Pinto, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Dr. Pier Cesare Rivoltella, Università Cattolica de Milán, Italia
- Dr. Jacques Piette, Université de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dr. Vítor Reia, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dra. Tania Esperon, Universidade Federal de Pelotas, Brasil
- Dra. Armanda Pinto, Universidade de Coimbra, Portugal
- Dra. Vânia Quintão, Universidade de Brasília, Brasil
- Dra. Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Perú
- Dra. Silvia Contín, Instituto Sup. Formación de Chubut, Argentina
- Dra. Maria Bergman, Dalarna University, Falun, Suecia
- Dr. José Martínez de Toda, Caracas, Venezuela
- Héctor Bernal, Instituto Latinoamericano (ILCE), México
- Javier Arévalo, Centro de MAVs del Gobierno de México
- Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Michel Clarembeaux, Centre Audiovisuel de Liège (Bélgica)
- Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- Eduardo Jorge Madureira, Público na Escola, Oporto, Portugal
- Marta Orsini, Proyecto Educación y Comunicación, Bolivia
- Alejandro Jaramillo, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia
- Pablo Ramos, Red UNIAL, Festival Latinoamericano Cine, Cuba
- Virginia Funes, Universidad Nacional de Lanús, Argentina
- Katia Muñoz, Universidad Viña del Mar, Chile

### UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

- Dr. J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Pablo del Río, Universidad Carlos III, Madrid
- Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla
- Dr. Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Dr. Agustín García Matilla, Universidad Carlos III, Madrid
- Dr. M. Ángel Vázquez Medel, Consejo Audiovisual Andaluz
- Dr. Javier Tejedor Tejedor, Universidad de Salamanca
- Dra. Victoria Camps, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Javier Marzal, Universitat Jaume I, Castellón
- Dr. Daniel E. Jones, Universitat Ramon Llull, Barcelona
- Dra. M<sup>a</sup> Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, Uned, Madrid
- Dr. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dr. Manuel Cebrán de la Serna, Universidad de Málaga
- Dr. Amando Vega, Universidad del País Vasco, San Sebastián
- Dra. Gloria de la Cruz Guerra, Universidad La Laguna, Tenerife
- Dr. Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Dr. Ramón Reig, «Ámbitos», Sevilla
- José Domingo Aliaga, «Primeras Noticias», Barcelona
- Vicent Campos, «Quaderns Digitals», Valencia
- Rafael Miralles, «Alioli», Valencia
- J. Antonio Gabelas, «El Periódico del Estudiante», Zaragoza

XV, 28

## DIRECCIÓN

Dr. José Ignacio Agueded Gómez  
Universidad de Huelva (España)

### SUBDIRECCIÓN

Enrique Martínez-Salanova, Grupo Comunicar, Almería  
Dra. M<sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez, Universidad de Huelva

### COORDINACIÓN DEL MONOGRÁFICO

Michel Clarembeaux, Centro Audiovisual de Lieja (Bélgica)

### CONSEJO EDITORIAL

Ilda Peralta Ferreyra, Centro Adultos de Almería  
Dr. Francisco Pavón Rabasco, Universidad de Cádiz  
Dra. Verónica Marín, Universidad de Córdoba  
Dra. Estrella Martínez, Escuela Sup. de Comunicación de Granada  
Dr. Juan Manuel Méndez Garrido, Universidad de Huelva  
Dr. Manuel Monescillo Palomo, Universidad de Huelva  
Ana Reyes y Rafael Quintana, CEIP Canena (Jaén) y RNE de Jaén  
Dr. Julián Pindado, Universidad de Málaga  
Antonia Camacho, IES V Centenario de Sevilla

### CONSEJO DE REDACCIÓN

M<sup>a</sup> Teresa Fernández Martínez, Dr. Juan Bautista Romero Carmona, Montserrat Medina Moles, Dr. Tomás Pedrosa Herrera, Dra. M<sup>a</sup> Carmen Fonseca Mora, M<sup>a</sup> Amor Agueded Pérez, Julio Tello Díaz, Francisco Casado Mestre, M<sup>a</sup> Dolores Degrado Godoy, Nani Pedro Mora, Anna Leali.

### GESTIÓN COMERCIAL

Paki Rodríguez Vázquez y Alejandro Ruiz. Comunicar Ediciones

### DISEÑO

- Portada y dibujos: Enrique Martínez-Salanova Sánchez
- Autoedición: Anma'07

## Política editorial

COMUNICAR es una revista científica de ámbito iberoamericano que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión y la investigación entre dos ámbitos que se consideran prioritarios para el desarrollo de los pueblos: la educación y la comunicación. Profesionales del periodismo y la docencia en todos sus niveles –educación infantil, primaria, secundaria, universidad y adultos– tienen en este medio una plataforma para fomentar la comunicación y la educación, como ejes neurálgicos de la democracia, la consolidación de la ciudadanía y el progreso intelectual y cultural. La educación en medios de comunicación es, por tanto, el prisma central de COMUNICAR.

- Serán publicados en COMUNICAR artículos y colaboraciones inéditos, escritos en español o portugués, enviados por los suscriptores, colaboradores y lectores de la revista que versen sobre proyectos, investigaciones, reflexiones, propuestas o experiencias en comunicación y educación, así como en la utilización didáctica, plural e innovadora de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

## Grupo editor

El Grupo Comunicar está formado por profesores y periodistas de Andalucía (España), que desde 1988 se dedican a la investigación, la edición de materiales didácticos y la formación de profesores, niños y jóvenes, padres y población en general en el uso crítico y plural de los medios de comunicación para el fomento de una sociedad más democrática, justa e igualitaria y por ende una ciudadanía más activa y responsable en sus interacciones con las diferentes tecnologías de la comunicación y la información. Con un carácter estatutariamente no lucrativo, el Grupo promueve entre sus planes de actuación la publicación de textos, murales, campañas... enfocados a la educación en los medios de comunicación. COMUNICAR, revista científica iberoamericana de comunicación y educación, es el buque insignia de este proyecto.

## Normas de publicación

- **Estructura:** En cada colaboración, figurará en la primera página el título (en español e inglés), autor/es –un máximo de dos–, centro de trabajo, ciudad y país, así como un resumen del trabajo de seis/ocho líneas, en español y su correspondiente traducción al inglés (abstract). Se incluirá además cinco/seis descriptores (palabras clave) en español y en inglés (key words). Al final del texto se insertarán varios sumarios de cuatro/cinco líneas cada uno (textos literales entresacados del artículo para resaltarlos en la maqueta final).

- **Extensión:** Los artículos tendrán una extensión de entre seis y nueve páginas (A-4), incluyendo referencias bibliográficas (con un máximo de veinte), tablas y fotografías. Estos últimos tendrán que ser necesariamente originales, con calidad gráfica para su reproducción.

- **Soporte:** Los trabajos se enviarán a través de correo electrónico, con el documento adjunto en procesador de texto. Sólo excepcionalmente se admitirán envíos por correo postal, que se remitirán en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC o Mac.

- **Referencias:** Al final del artículo se recogerá la lista de referencias bibliográficas empleadas por orden alfabético, siguiendo los siguientes criterios:

- **Libros:** Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis; título de la obra en cursiva. Lugar de edición, editorial.

- **Revistas y capítulos de libros:** Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis; título del trabajo entrecomillado, nombre y número de la revista en cursiva; página primera y última del artículo o capítulo referenciado.

- **Evaluación de originales y proceso de publicación:** El Consejo de Redacción remite acuse de recibo de los trabajos recibidos. Posteriormente, son evaluados mediante «referee», por el procedimiento de «doble ciego», por el Consejo Científico Asesor que determina, con un informe, su aceptación o denegación, en un período no superior a los tres meses. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por no contar con informe favorable o bien por estimarse ajenos a la línea editorial, serán devueltos a sus autores.

El Consejo de Redacción se reserva el derecho de publicar los trabajos en el número que se estime más oportuno, así como la facultad de introducir modificaciones conforme a estas normas.

- **Correspondencia:** Los autores recibirán gratuitamente un ejemplar de la revista donde se publique el trabajo presentado.

- **Envío:** Los trabajos se remitirán a COMUNICAR, preferentemente por Internet, especificando dirección, teléfono y correo electrónico de contacto.

COMUNICAR

E-mail: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)

[www.grupocomunicar.com](http://www.grupocomunicar.com)

Apdo. 527. 21080 Huelva (España)

## S U M A R I O

Comunicar, XV, 28, 2007

## Educación en medios en Europa

Media Education en Europe

## PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario .....	5/6
Prolegómenos .....	7/8

*José Ignacio Aguaded Gómez*

## TEMAS / SUBJECTS

• Presentación: Educación en medios en Europa .....	10/16
<i>Michel Clarembeaux. Lieja (Bélgica)</i>	
• Realidad y desafíos de la educación en medios en Italia .....	18/24
<i>Pier Cesare Rivoltella. Milán (Italia)</i>	
• Hacia una alfabetización en medios: ejemplos en contextos de habla portuguesa ...	25/31
<i>Vítor Reia-Baptista. Faro (Portugal)</i>	
• La educación en los medios en el Reino Unido .....	33/41
<i>Cary Bazalgette. Londres (Reino Unido)</i>	
• La educación en medios en Francia: difícil consolidación, perspectivas futuras ....	43/48
<i>Evelyne Bevort. París (Francia)</i>	
• La educación en los medios en la comunidad francesa de Bélgica .....	49/59
<i>Michel Clarembeaux. Lieja (Bélgica)</i>	
• Educación en medios de comunicación en Alemania: desarrollo y situación actual ..	61/68
<i>Gerhard Tulodziecki y Silke Grafé. Padeborn (Alemania)</i>	
• Una perspectiva de la educación en medios para la comunicación en España .....	69/73
<i>José Antonio Gabelas Barroso. Zaragoza (España)</i>	
• Diseño de un programa de educación en medios en la escuela primaria griega .....	75/82
<i>Bettina Davou &amp; Vassiliki Nika. Atenas (Grecia)</i>	
• La enseñanza de los medios de comunicación en Polonia .....	83/90
<i>W. Strykowski, M. Kakolewicz &amp; A. Mickiewicz (Polonia)</i>	
• Territorio mediático-educativo en Suecia .....	91/95
<i>Maria Bergman. Falun (Suecia)</i>	
• La educación en medios en Luxemburgo .....	97/101
<i>Carole Kickert y Nathalie Beck (Luxemburgo)</i>	
• La educación de los medios en Suiza: el «clik» frente a la «lección» .....	103/109
<i>Christian Georges (Suiza)</i>	
• Educación en medios en Austria: competencia, comunicación, autonomía .....	111/120
<i>Susanne Krucsay. Austria</i>	

## MANIFIESTOS / DECLARATIONS

• Declaración de UNESCO en Grunwald (Alemania) .....	122/123
— Declaraciones para la proyección internacional de la educación en medios .....	123/125

*María Amor Pérez Rodríguez*



# S U M A R I O

Comunicar, XV, 28, 2007

## MANIFIESTOS / DECLARATIONS

- Declaración: «Educación en Medios para Jóvenes», en Sevilla (España) . . . . . 126/129  
— La estrategia internacional de la educación en medios . . . . . 129/132  
*José Manuel Pérez Tornero. Barcelona*
- Conclusiones: «Luces en el laberinto audiovisual» (Huelva-España) . . . . . 133/136
- Carta Europea de Educación en Medios (Bruselas) . . . . . 137/140  
— La Carta Europea para la Alfabetización en los Medios de Comunicación . . . . . 140/142  
*Cary Bazalgette. Londres (Reino Unido)*

## CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

- HISTORIETAS GRÁFICAS / COMICS . . . . . 144/147  
*Enrique Martínez-Salanova. Almería*

## INVESTIGACIONES / RESEARCHS

- Los valores en el deporte: una experiencia educativa a través del Barça-Madrid . . . 148/156  
*Xavier Ginesta Portet. Barcelona*
- Retórica hipertextual: para un modelo de análisis de la ficción interactiva . . . . . 157/165  
*Rosanna Mestre Pérez. Valencia*
- La tecnología cambió los escenarios: el efecto Pigmalión se hizo realidad . . . . . 167/175  
*Julio Cabero, Carmen Llorente y Pedro Román. Sevilla*
- Cultura y televisión: una controvertida relación . . . . . 177/182  
*Soledad Ruano López. Badajoz*
- Educación en valores a través de la publicidad de televisión . . . . . 183/190  
*Marta M. Moro Rodríguez. Pontevedra*
- WebQuest y anotaciones semánticas . . . . . 191/196  
*Santiago Blanco, Pablo de la Fuente, Rocío Anguita. Valladolid*
- Moodle como entorno virtual de formación al alcance de todos . . . . . 197/202  
*M. Carmen Llorente Cejudo. Sevilla*
- Estudiantes de Periodismo y prácticas profesionales: el reto del aprendizaje . . . . . 203/211  
*María Lamuedra Graván. Madrid*
- Utilización didáctica de la web de un Departamento de Secundaria . . . . . 213/219  
*Manuela Raposo Rivas. Ourense*
- Educar espectadores: propuestas expositivas y dinamización . . . . . 221/228  
*María Isabel Moreno Montoro. Jaén*
- Construcción de género y ficción televisiva en España . . . . . 229/236  
*Elena Galán Fajardo. Madrid*

## BITÁCORA / BINNACLE

APUNTES / NOTES	240/241
RESEÑAS / BOOKS	242/261

# Prolegómenos

---

## La educación en medios en Europa: la consagración de un proyecto

*José Ignacio Aguaded Gómez*

**A**frontamos en este número 28 de «Comunicar» uno de los principales retos a los que esta publicación ha tenido que hacer frente en sus catorce años de existencia: recoger una panorámica de la educación en los medios en Europa en el momento actual. Expertos de doce países de la Unión Europea: Alemania, Bélgica, España, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza analizan desde una visión amplia y diversa –siempre incompleta por su propia naturaleza– la situación de la alfabetización mediática y la educación en medios en diferentes contextos y situaciones: desde experiencias concretas a investigaciones consistentes, desde apuntes históricos a cuestiones problemáticas en boga; en suma, un mirador plural en manos de prestigiosos expertos, investigadores y docentes que dedican gran parte de sus estudios y trabajar y analizar las complejas relaciones que las ciudadanas y ciudadanos europeos establecen con los medios de comunicación.

**E**s ésta, sin duda, una problemática universal que comienza a tener pujanza en todos los rincones del mundo, pero que, por desgracia, aún no ha contado con el espacio que merece como ámbito de estudio por diferentes motivos, pero especialmente por la trascendencia social que las interacciones medios/audiencias tienen en nuestros días, ya que, no hemos de olvidar, que la comunicación y las tecnologías acaparan gran parte del tiempo de ocio de la ciudadanía de todo el orbe, independientemente de su desarrollo económico, nivel cultural, edad, zona geográfica, etc. Pero además los medios están presentes cada vez más en todos los ámbitos de la vida, y no sólo en los espacios de ocio: trabajo, formas de vestir y alimentarse, hábitos de vida, relaciones sociales, formas de hablar y comunicarse... están cada vez más condicionados por estos medios que, como muy bien señalan los expertos que acogemos en este número, requieren reflexión ciudadana, investigaciones rigurosas, amplios planes de formación, publicaciones divulgativas y científicas..., en definitiva, una amplia actuación, no sólo local, regional y nacional, sino también de carácter europeo que ambiciosamente pretenda conocer mejor estas interacciones entre las personas y los medios y establecer un amplio plan formar a la ciudadanía en alfabetización mediática y educación en medios.

**C**omo muy bien nos señalaba el nobel portugués Saramago en «Elogio de la locura», que nos cita Rivotella en su trabajo, «es necesario salir de la isla para ver la isla; no nos vemos, si no salimos de nosotros». Reflexionar sobre la educación en los medios es plantearnos ante todo el tipo de ciudadanía que queremos ser en mundo cada vez más global y menos aldeano, en una Europa que define –no ya sus fronteras físicas, por fortuna totalmente superadas– sino su escenario cultural y ciudadano, mucho más difícil de cambiar y superar que los controles aduaneros. Pensar en la educación en los medios es bien difícil porque estamos enteramente sumergidos en ellos; ver televisión es casi una «actividad biológica», una «necesidad vital» como el comer, el andar o el dormir, para una una gran parte, muy mayoritaria, de la población. Hoy son los juguetes electrónicos y «mediáticos» los que triunfan incluso entre la población más infantil. Nuestra realidad es cada vez más virtual y menos real. Y ante este mundo artificial, generado en pocos años, la población permanece absorta y abstraída, sin tomar conciencia real de la importancia que los medios tienen en nuestra vida y la imperiosa necesidad de aprender a consumirlos de forma inteligente y activa, evitando manipulaciones.

# Prolegómenos

---

**S**i bien hay que reconocer que existe una fuerte diversidad en Europa –como podremos verlo en las siguientes páginas– este estudio constata que, hoy más que nunca, es posible desarrollar políticas activas a nivel europeo para la alfabetización mediática. Desde los años sesenta, la UNESCO ya se preocupó hondamente por estas temáticas y en la década de los setenta, ya teníamos textos y definiciones más o menos actuales sobre lo que hoy consideramos alfabetización mediática y educación en medios. La Declaración de Grunwald (Alemania) de 1982 es ya un documento firme en este sentido; por ello recogemos al final del monográfico, además de este documento, un conjunto de declaraciones, manifiestos y conclusiones de indudable valor como corpus de la temática. El vigor de este movimiento se palpa en que en la actualidad algunos de los recogidos está en proceso de gestación y desarrollo como la Carta Europea de Alfabetización Mediática, abanderada por Cary Bazalgette, del British Film Institute de Reino Unido.

**E**n este sentido, las iniciativas actuales que la Comisión Europea están llevando a cabo para fortalecer esta línea de estudio son bien acogidas por la comunidad investigadora, en cuanto que, por desgracia, en esta temática está prácticamente todo por construir. Es necesario mucho desarrollo investigativo para conocer realmente el papel de las audiencias, fomentar unos medios con contenidos de calidad y pretensiones de servicio público; pero además haya que incentivar los planes de formación de toda la ciudadanía mediática –esto es, de todos y todas– y el desarrollo de campañas extensivas a toda la población, la difusión de materiales...

**L**a publicación de este monográfico sobre «Educación en medios en Europa», sin duda, alguna favorecerá esa necesaria reflexión entre toda la ciudadanía y la movilización política necesaria para que los medios de comunicación y las tecnologías de la información se conviertan realmente en firmes revulsivos de movilización social, en la línea de la cultura, la educación y la ética. Unos medios abandonados al salvaje mercado de las audiencias cuantitativas ya los beneficios empresariales y especulativos de las entidades que los sostienen, ignorando toda su función social y ética –sin renuncia de su dimensión lúdica y de entretenimiento–, es una macrodesgracia social que una sociedad desarrollada, democrática y libre se puede permitir.

**E**stamos, como decíamos al principio, ante un indudable reto. La Unión Europea, la UNESCO y todos los países democráticos tienen mucho que decir y mucho más aun, que hacer, porque, no lo olvidemos, lo que está en juego, son los valores democráticos de una ciudadanía responsable y libre que es capaz de hacer un uso inteligente de las tecnologías para su progreso social y personal, mucho más allá del uso domesticado y casi hipnótico al que hoy estamos muchas veces sometidos. Aprender a usar y consumir los medios de una forma activa e integral, de una manera inteligente, no se aprende por generación espontánea, sino que requiere unas habilidades y destrezas, una intervención reflexiva a la que todos estamos llamados. El papel de las instituciones, en este sentido, es clave.

**L**os investigadores ofrecen ya claves suficientes para actuar. Este documento con trabajos de 12 países es una muestra de ello. Falta ahora la voluntad política de las comunidades locales y regionales, de los países y de la Unión, así como de redes ciudadanas y de investigadores que demanden con ahínco una educación en medios y una alfabetización mediática que no es más que un derecho de todo ciudadano en la sociedad-red y mediatizada que nos ha tocado vivir.