

Comunicar

Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, 34, XVII
Scientific Journal of Media Education

Músicas y pantallas

Mediaciones en el nuevo escenario digital

Music and Screens

Mediations in the Digital Landscape

www.revistacomunicar.com



© COMUNICAR, 34; XVII

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
LATIN AMERICAN SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA EDUCATION

ISSN: 1134-3478 / DL: H-189-93 / e-ISSN: 1988-3293
Andalucía (Spain), n° 34; vol. XVII; época II
1º semestre, marzo de 2010

REVISTA CIENTÍFICA INTERNACIONAL INDIZADA (INDEXED INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)

BASES DE DATOS INTERNACIONALES SELECTIVAS

- JOURNAL CITATION REPORTS (JCR) ®
- SOCIAL SCIENCES CITATION INDEX ®
- SOCIAL SCISEARCH ®
- SCOPUS
- FRANCIS (Centre National de la Recherche Scientifique de Francia)
- SOCIOLOGICAL ABSTRACTS (ProQuest-CSA)
- COMMUNICATION & MASS MEDIA COMPLETE
- ERA (Educational Research Abstract)
- IBZ (Internat. Bibliography of Periodical Literature in the Social Sciences)
- IBR (International Bibliography of Book Reviews in the Social Sciences)
- SOCIAL SERVICES ABSTRACTS
- MLA (Modern International Bibliography)
- FUENTE ACADÉMICA (EBSCO)
- IRESIE (Índice Revistas de Educación Superior e Investigación de México)
- ISOC (CINDOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas)
- ACADEMIC ONEFILE / INFORME ACADÉMICO (Cengage Gale)
- EDUCATOR'S REFERENCE COMPLETE / EXPANDED ACADEMIC ASAP

PLATAFORMAS DE EVALUACIÓN DE REVISTAS

- RECYT (Fundación Española de Ciencia y Tecnología)
- DICE (Difusión y Calidad Editorial de Revistas)
- MIAR (Matriz para Evaluación de Revistas)
- IN-RECS (Índice Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales)
- RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales del CINDOC/CSIC)
- ERCE (Evaluación Revistas Científicas Españolas de Ciencias Sociales)
- ANPED (Associação de Pesquisa em Educação de Brasil)
- CARHUS/DURSI (Generalitat de Catalunya)
- UCUA (Índice de Revistas Científicas de Universidades Andaluzas)

DIRECTORIOS SELECTIVOS

- ULRICH'S PERIODICALS (CSA)
- LATINDEX. Catálogo Selectivo

CATÁLOGOS DE BIBLIOTECAS

- WORLDCAT

- REBIUN/CRUE
- SUMARIS (CBUC)
- NEW-JOUR
- ELEKTRONISCHE ZEITSCHRIFTENBIBLIOTHEK (Electronic Journals Library)
- THE COLORADO ALLIANCE OF RESEARCH LIBRARIES
- INTUTE (University of Manchester)
- ELECTRONICS RESOURCES HKU LIBRARIES (Hong Kong University, HKU)
- BIBLIOTECA DIGITAL (Universidad de Belgrano)

OTRAS BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS

- DIALNET (Alertas de Literatura Científica Hispana)
- REDINED (Ministerio de Educación de España)
- CEDAL. Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE)
- OEI (Centro de Recursos de la Organización de Estados Iberoamericanos)
- DOCE (Documentos en Educación)

HEMEROTECAS SELECTIVAS

- REDALYC (Red de Revistas Científicas de América Latina de Ciencias Sociales)
- RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS COMUNICACIÓN Y CULTURA
- RED BOGOTÁ DE REVISTAS CIENTÍFICAS DE COMUNICACIÓN
- REC (Red de Revistas Científicas Españolas de Comunicación)

PORTALES ESPECIALIZADOS

- SCREENSITE
- PORTAL IBEROAMERICANO DE COMUNICACIÓN
- PORTAL DE LA COMUNICACIÓN DE UAB
- QUADERNS DIGITALS
- UNIVERSIA
- POWER SEARCH PLUS (Cengage Gale)

BUSCADORES LITERATURA CIENTÍFICA OPEN ACCESS

- SCIENTIFIC COMMONS
- OAISTER
- THE LIBRARY OF CONGRESS
- GOOGLE ACADÉMICO
- SCIRUS

EDITA (Published by): GRUPO COMUNICAR

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

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

• COMUNICAR es una publicación cultural plural, que se edita semestralmente los meses de marzo y octubre.

• La revista COMUNICAR acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico.

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

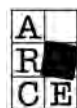
© La reproducción de estos textos requiere la autorización de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) o de la editorial.



Asociación de Editores
de Andalucía



Centro Español de
Derechos Reprográficos



Asociación de Revistas
Culturales de España

DISTRIBUYEN (Distributed by):

ESPAÑA (SPAIN):

- Centro Andaluz del Libro (Andalucía)
- Almarío de Libros (Madrid y centro)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)
- Arce: www.revistas culturales.com (Internet)

EUROPA Y AMÉRICA (EUROPE & AMERICA):

- ILCE (México DF-México y América Central)
- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publicencias Distribuciones (Pasto-Colombia)
- E-papers Editora (Brasil)
- Minerva Distribuciones (Coimbra-Portugal)

IMPRIME (Printed by):

Gam Artes Gráficas (Huelva)

Comunicar[©]

REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA EDUCATION

EDITOR (Editor)

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez
Universidad de Huelva (Spain)

EDITORES TEMÁTICOS (Guest-Edited Special Issue)

- Dr. Miguel de Aguilera, Universidad de Málaga
- Dr. Joan Elies Adell, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona

EDITORES ADJUNTOS (Assistant Editors)

- D. Enrique Martínez-Salanova, Grupo Comunicar, Almería
- Dra. M^a Amor Pérez-Rodríguez, Universidad de Huelva
- Dr. Ángel Hernando-Gómez, Universidad de Huelva

COMITÉ CIENTÍFICO (Advisory Board)

- Dr. Ismar de Oliveira, Universidade de São Paulo, Brasil
- Dr. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México
- Dra. Cecilia Von Feilitzen, Nordicom, Suecia
- Dra. Geniève Jacquinet, Université Paris VIII, París, Francia
- Dr. Pier Cesare Rivoltella, Università Cattolica de Milán, Italia
- Dra. Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Perú
- Dra. Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Dr. Jacques Piette, Université de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dr. Vitor Reia, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
- Dra. Sara Pereira, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Dra. Armanda Pinto, Universidade de Coimbra, Portugal
- Dra. Divina Freijs, Université Sorbonne Nouvelle, París, Francia
- Dra. Evelyne Bévoit, CLEMI, París, Francia
- Dra. Tania Esperon, Universidade Federal de Pelotas, Brasil
- Dra. Vania Quintão, Universidade de Brasília, Brasil
- Dr. Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dra. Silvia Contín, Instituto Sup. Formación de Chubut, Argentina
- D. Michel Clarembeaux, Centre Audiovisuel de Liège, Bélgica
- D. Jordi Torrent, ONU, Alianza de Civilizaciones, NY, EEUU
- D^a Kathleen Tyner, University of Texas, Austin, EEUU
- D. Javier Arévalo, Centro de MAVs del Gobierno de México
- D. Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- D^a Virginia Funes, Universidad Nacional de Lanús, Argentina
- D. Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- D^a Katia Muñoz, Universidad Viña del Mar, Chile
- D. Alejandro Jaramillo, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia
- D. J. Martínez de Toda, CPAL-Comunicación, Caracas, Venezuela

CONSEJO DE REDACCIÓN (Editorial Board)

- Dr. J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla
- Dr. Javier Tejedor Tejedor, Universidad de Salamanca
- Dr. Pablo del Río, Universidad Carlos III, Madrid
- Dr. Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Dr. Agustín García Matilla, Universidad de Valladolid
- Dra. M^a Luisa Sevillano García, UNED, Madrid
- Dra. Victoria Camps, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dra. M^a Carmen Fonseca Mora, Universidad de Huelva
- Dra. Elea Giménez Toledo, CSIC, Madrid

34, XVII

- Dr. M. Ángel Vázquez Medel, Universidad de Sevilla
- Dr. Javier Marzal, Universitat Jaume I, Castellón
- Dr. Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Manuel Lorenzo, Universidad de Granada
- Dr. Manuel Area, Universidad La Laguna, Tenerife
- Dr. Jesús Salinas, Universidad Islas Baleares, Mallorca
- Dr. Juan de Pablos Pons, Universidad de Sevilla
- Dr. Félix Angulo Rasco, Universidad de Cádiz
- Dra. Concepción Medrano, Universidad del País Vasco
- Dr. Ramón Reig, «Ámbitos», Universidad de Sevilla
- Dr. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dra. Ana García-Valcárcel, Universidad de Salamanca
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga
- Dr. Felicísimo Valbuena, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga
- Dra. Concepción Mateos, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid
- Dra. Gloria de la Cruz Guerra, Universidad La Laguna, Tenerife
- Dr. Manuel Fandos Igado, MasterD, Zaragoza
- D. José Antonio Gabelas, El Periódico del Estudiante, Zaragoza
- D. José Domingo Aliaga, Primeras Noticias, Barcelona

CONSEJO TÉCNICO (The Board of Management)

- Dra. Ana Sedeño Valdellos, Universidad de Málaga
- Dra. Verónica Marín, Universidad de Córdoba
- Dr. Julio Tello Díaz, Universidad de Huelva
- Dra. M^a Elena Gómez Parra, Universidad de Córdoba
- Dra. Carmen Marta, Universidad de Zaragoza
- Dra. M^a Dolores Guzmán Franco, Universidad de Huelva
- Dr. Tomás Pedrosa Herrera, IES Pablo Neruda, Huelva
- Dr. Eloy López Meneses, Universidad de Extremadura, Cáceres
- Dr. Juan Bautista Romero Carmona, Universidad de Huelva
- D. Eddy Borges Rey, Universidad de Málaga

GESTIÓN COMERCIAL (Commercial Manager)

- D. Alejandro Ruiz Trujillo, Comunicar Ediciones

DISEÑO (Designed by):

- Portada y gráficos: Enrique Martínez-Salanova, Almería
- Autoedición: Anma'09

S u m a r i o - C o n t e n t s

Comunicar, 34, XVII, 2010

Música y pantallas

Mediaciones en el nuevo escenario digital

Music and Screens

Mediations in the Digital Landscape



PRELIMINARES (FOREWORD)

Sumario (Contents)	5/6
Editorial	7/8
<i>J. Ignacio Aguaded-Gómez</i>	

DOSSIER (DOSSIER) / Investigaciones (Research)

• Presentación: Mediaciones en el nuevo escenario digital: música y pantallas	10/14
<i>Mediations on the New Digital Landscape. Music and Screens</i>	
<i>Miguel de Aguilera y Joan-Elies Adell. Málaga y Barcelona (España)</i>	
• El sonido de los medios	15/23
<i>The Sounds of Media. An Interdisciplinary Review of Research on Sound as Communication</i>	
<i>Klaus Bruhn Jensen. Copenhagen (Dinamarca)</i>	
• Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto	25/33
<i>Loving Music: from a Sociology of Mediation to a Pragmatics of Taste</i>	
<i>Antoine Hennion. París (Francia)</i>	
• Apropiaciones imaginativas de la música en los nuevos escenarios comunicativos	35/44
<i>Imaginative Appropriations of Music in the New Communicative Scenarios</i>	
<i>Miguel de Aguilera, Joan-Elies Adell y Eddy Borges. Málaga y Barcelona (España)</i>	
• Comprendiendo la aparición de los protocolos sociales en MySpace: impacto y ramificaciones .	45/53
<i>Understanding the Emergence of Social Protocols on MySpace: Impact and its Ramifications</i>	
<i>Hiesun Cecilia Suhr. Nueva York (USA)</i>	
• iPod: un mundo sonoro personalizado para sus consumidores	55/63
<i>iPod: a Personalized Sound World for its Consumers</i>	
<i>Michael Bull. Brighton (Reino Unido)</i>	
• De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha	65/72
<i>From Music Market Crisis to New Listening Practices</i>	
<i>Héctor Fouce. Madrid (España)</i>	
• Relaciones mediadas por el sonido entre jugadores en el entorno de juegos multijugador	73/81
<i>Player Relationships as Mediated Through Sound in Immersive Multi-player Computer Games</i>	
<i>Mark Grimshaw. Bolton (Reino Unido)</i>	
• El papel de los instrumentos musicales en la globalización de la música	83/89
<i>The Role of Musical Instruments in the Globalization of Music</i>	
<i>Kazadi wa Mukuma. Ohio (USA)</i>	
• La creación de identidades culturales a través del sonido	91/98
<i>Music Distribution in the Consumer Society: the Creation of Cultural Identities Through Sound</i>	
<i>Jaime Hormigos. Madrid (España)</i>	
• La utilidad de los formatos de interacción músico-visual en la enseñanza	99/107
<i>The Utility of Musico-visual Formats in Teaching</i>	
<i>Manuel Gértrudix y Felipe Gértrudix. Madrid y Toledo (España)</i>	

Sumario - Contents

Comunicar, 34, XVII, 2010

CALEIDOSCOPIO (KALEIDOSCOPE) / Investigaciones (Research)

- **Historias gráficas: Historia de la música que va y que viene** 110/113
 Stories: the history of music that comes and goes
Enrique Martínez-Salanova. Almería (España)
- **Conocimiento indígena sobre el medio ambiente y diseño de materiales educativos** 115/124
 Environmental Indigenous Wisdom and the Design of Educational Resources
Manuel Cebrián y Juan Noguera. Málaga (España) y Amazonas (Venezuela)
- **La publicidad en la era digital: el microsite como factor estratégico de las campañas publicitarias on-line** 125/134
 Advertising in the Digital Age: the Microsite as a Strategic Factor in On-line Advertising Campaigns
María Romero y Carlos Fanjul. Zaragoza y Castellón (España)
- **Menores y acceso a Internet en el hogar: las normas familiares** 135/143
 Internet Access by Minors at Home: Usage Norms Imposed by Parents
Jaume Sureda, Rubén Comas y Mercè Morey. Palma de Mallorca (España)
- **Aprender español en USA: los medios de comunicación como motivación social** 145/153
 Studying Spanish in the USA: Mass Media as Social Motivation
Carmen Fonseca y Lorena García. Huelva (España)
- **La escritura simbólica y el lenguaje escrito en los usuarios del Messenger** 155/162
 The Symbols and Written Language of Users of Messenger
Yáditzy Valencia y Verónica García. Villahermosa (México)
- **Metodologías que optimizan la comunicación en entornos de aprendizaje virtual** 163/171
 Methodologies to Improve Communication in Virtual Learning Environments
Honorio Salmerón, Sonia Rodríguez y Calixto Gutiérrez. Granada (España)
- **Tribus digitales en las aulas universitarias** 173/181
 Digital Tribes in the University Classrooms
Alfonso Gutiérrez, Andrés Palacios y Luis Torrego. Segovia (España)
- **Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación** 183/189
 Videogames as cultural devices: development of spatial skills and application in learning
Ana Sedeño. Málaga (España)
- **Quiero ser periodista: tras las motivaciones de la profesión periodística** 191/200
 I want to be a journalist: looking for motivation in Journalism
M^a Ángeles Pastor. Huelva (España)
- **Desarrollo de habilidades cognitivas con aprendizaje móvil: un estudio de casos** 201/209
 Developing Cognitive Skills with Mobile Learning: a Case Study
A.I. Ramos, J.A. Herrera y M.S. Ramírez. Monterrey (México)

BITÁCORA (BINNACLE)

APUNTES / NOTES	212/213
RESEÑAS / REVIEWS	214/238
PRÓXIMOS TÍTULOS (NEXT TITLES)	239
CRITERIOS DE CALIDAD (QUALITY CRITERIA)	243

Política editorial (Aims and scope)

«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.

Investigadores y profesionales del periodismo y la docencia, en todos sus niveles, 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 eje central de «COMUNICAR».

• Serán publicados en «COMUNICAR» artículos inéditos, escritos preferentemente en español, aceptándose también trabajos en inglés. Los trabajos han de ser básicamente informes sobre proyectos de investigación, aunque también se aceptan reflexiones, propuestas o experiencias en comunicación y educación, y en la utilización didáctica, plural e innovadora de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

Normas de publicación (Submission guidelines)

«COMUNICAR» es una revista arbitrada que utiliza el sistema de revisión externa por expertos (peer-review), conforme a las normas de publicación de la APA (American Psychological Association) para su indización en las principales bases de datos internacionales.

Cada número de la revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1134-3478) y electrónica (e-ISSN: 1988-3293), identificándose cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

TEMÁTICA

Trabajos de investigación en comunicación y educación: comunicación y tecnologías educativas, ética y dimensión formativa de la comunicación, medios y recursos audiovisuales, tecnologías multimedia, cibermedios... (media education, media literacy, en inglés).

APORTACIONES

Los trabajos se presentarán en tipo de letra arial, cuerpo 10, justificados y sin tabuladores. Han de tener formato Word para PC. Las modalidades y extensiones son: investigaciones (entre 3.000/6.000 palabras de texto); informes, estudios y experiencias (entre 2.500/5.000 palabras) y Reseñas (entre 500/550 palabras).

Las aportaciones deben ser enviadas exclusivamente por RECYT (Central de Gestión de Manuscritos: <http://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/index>). Cada trabajo, según normativa, ha de llevar tres archivos: presentación, portada –con los datos personales– y manuscrito –sin firma–. Toda la información, así como el manual para la presentación, se encuentra en www.revistacomunicar.com.

ESTRUCTURA

Los manuscritos tenderán a respetar la siguiente estructura, especialmente en los trabajos de investigación: portada, introducción, métodos, resultados, discusión/conclusiones, notas, apoyos y referencias.

Los informes, estudios y experiencias pueden ser más flexibles en sus epígrafes. Es obligatorio la inclusión de referencias, mientras que notas y apoyos son opcionales. Se valorará la correcta citación conforme a las normas (véase la normativa en la web).

PROCESO EDITORIAL

«COMUNICAR» acusa recepción de los trabajos enviados por los autores/as y da cuenta periódica del proceso de aceptación/rechazo, así como, en caso de aceptación, del proceso de edición. La Redacción pasará a considerar el trabajo para su evaluación por el Comité Editorial, comprobando si se adecúa a la temática de la revista y si cumple las normas de publicación. En tal caso se procederá a su revisión externa. Los manuscritos serán revisados de forma anónima (doble ciego) por tres expertos (la relación de los evaluadores nacionales e internacionales se publica anualmente en www.revistacomunicar.com). A la vista de los informes externos, se decidirá la aceptación/rechazo de los artículos para su publicación, así como, si procede, la necesidad de introducir modificaciones.

El plazo de evaluación de trabajos, una vez acusada su recepción, es como máximo de 180 días. Los autores recibirán los informes de evaluación de los revisores, de forma anónima, para que éstos puedan realizar, en su caso, las correcciones o réplicas oportunas. En general, una vez vistos los informes externos, los criterios que justifican la decisión sobre la aceptación/rechazo de los trabajos son: originalidad; actualidad y novedad; relevancia (aplicabilidad de los resultados); significación (avance del conocimiento científico); fiabilidad y validez científica (calidad metodológica); presentación (correcta redacción y estilo); y organización (coherencia lógica y presentación material). El autor recibirá un ejemplar de la publicación, una vez editada, o tantos ejemplares como firmantes autorizados.

RESPONSABILIDADES ÉTICAS

No se acepta material previamente publicado (trabajos inéditos). En la lista de autores firmantes deben figurar única y exclusivamente aquellas personas que hayan contribuido intelectualmente (autoría). En caso de experimentos, los autores deben entregar el consentimiento informado. Se acepta la cesión compartida de derechos de autor. No se aceptan trabajos que no cumplan estrictamente las normas.

Normas de publicación / guidelines for authors (español-english) en: www.revistacomunicar.com.

Grupo editor (Publishing Group)

El Grupo Comunicar (CIF-V21116603) 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 promociona entre sus planes de actuación la investigación y la publicación de textos, murales, campañas... enfocados a la educación en los medios de comunicación. «COMUNICAR», Revista Científica Iberoamericana de Educomunicación, es el buque insignia de este proyecto.

Editorial

Editorial

DOI:10.3916/C34-2010-01-01

La Unión Europea dictamina una nueva Recomendación sobre alfabetización mediática en el entorno digital en Europa

The European Union Passes a Recommendation on Media Literacy in the European Digital Environment

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez

En diciembre de 2007, la Comisión Europea (véase COMUNICAR, 32, 2007), a través de su Parlamento (COM, 2007: 33), ya aprobó una recomendación que instaba a los Estados miembros a trabajar la alfabetización para la comunicación, tanto sobre publicidad como medios en general, intentando potenciar la presencia del cine europeo y las habilidades creativas y comunicativas de la ciudadanía en los medios clásicos, así como en los nuevos medios digitales. En este primer dictamen el Parlamento Europeo instaba a la Comisión a potenciar sus actuaciones en orden a la promoción, de forma más sistemática y generalizada, de la alfabetización mediática en todos los países europeos de la Unión, con la colaboración de las instituciones europeas, y de las autoridades locales y regionales.

Diferentes organismos europeos han ido ratificando en los últimos años la necesidad de fomentar esta alfabetización mediática en la ciudadanía. Así el Consejo de Educación, Juventud y Cultura, en mayo de 2008, considera la alfabetización mediática como un factor clave para una ciudadanía activa en la sociedad actual de la información. También el Comité de las regiones, en octubre de 2008, adoptó un dictamen global sobre contenidos creativos on-line y alfabetización mediática. El Consejo de Lisboa (CdR 9472008), en el marco de la Iniciativa i2010 pretende impulsar el sector de las TIC y crear un Espacio Único Europeo de Información.

Esta nueva Recomendación de la Comisión Europea, dictaminada en Bruselas el 20 de agosto de 2009, se enmarca en amplio movimiento europeo que considera la alfabetización mediática como un eje clave en la iniciativa i2010 que aspira a una economía del conocimiento más competitiva, que favorezca una sociedad de la información más incluyente.

A finales de 2006 se realizó una macroconsulta pública que puso de manifiesto las diferencias en las prácticas y niveles de alfabetización mediática en Europa. Por ello, urgía la necesidad de llevar a cabo una investigación a gran escala para establecer los niveles y grados de alfabetización de la ciudadanía. En 2007 el estudio «Current trends and approaches to media literacy in Europe», realizado por la Comisión, señalaba los obstáculos para la alfabetización mediática a escala europea, incidiendo en la falta de una visión común de las iniciativas locales, regionales y nacionales y la inexistencia de redes europeas potentes en este campo. De este modo, se recomendaba en este estudio la necesidad de analizar, acen-
tuar y difundir buenas prácticas en toda la Unión Europea y promover redes de coordinación. Para ello es necesario aumentar la capacidad de los ciudadanos europeos como consumidores de medios, esto es, su acceso a los medios, su comprensión y evaluación de los mismos con criterio. Los nuevos desafíos que generan los contenidos digitales y la multiplicación de las pla-



Editorial

Editorial

taformas de distribución de contenidos requieren una alfabetización que abarque a todos los medios con el objeto de «aumentar la concienciación de todos los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios con que se puede encontrar en su vida diaria». En este sentido, «hoy en día, se considera la alfabetización mediática como uno de los requisitos previos para lograr una ciudadanía plena y activa, y prevenir y reducir los riesgos de exclusión de la comunidad», porque «la democracia depende de la participación activa de los ciudadanos en la vida de su comunidad y los medios de comunicación les aportarían las habilidades necesarias para comprender el flujo diario de la información difundida a través de las nuevas tecnologías de la comunicación».

La Comisión indica en su Recomendación que es responsabilidad principal de los Estados miembros el decidir cómo incorporar la alfabetización mediática en los planes de estudio escolares en todos los niveles. No obstante, también señala el papel de las autoridades regionales y locales –por su cercanía a los ciudadanos– como posibles motores de alfabetización. También la sociedad civil ha de colaborar activamente en esta promoción que tiene que ser necesariamente ascendente y progresiva.

Así, la Comisión en esta Recomendación de agosto de 2009, en su apartado 21, establece que han de fomentarse proyectos de investigación sobre alfabetización mediática. Igualmente se pretende crear un consenso acerca de los aspectos fundamentales, a través de la iniciativa Media 2007 (programa de apoyo al sector audiovisual), la cooperación con las demás instituciones europeas y organizaciones internacionales como la UNESCO, la Alianza de las Civilizaciones (ONU) y la promoción de una asociación pública y privada en materia de alfabetización mediática.

La Recomendación de la Comisión Europea, como era lógico, concluye con un conjunto de orientaciones y prescripciones a los países miembros de notable interés e impacto futuro: 1) Fomentar la corregulación del sector audiovisual así como el fomento de su autorregulación; 2) Necesidad de una investigación sistemática mediante estudios y proyectos sobre alfabetización mediática en el entorno digital; 3) Promover conferencias y otras actividades públicas para la inclusión de la alfabetización mediática en los planes de estudio y como parte de la oferta de competencias clave para el aprendizaje permanente, establecida en la Recomendación del Parlamento Europeo de 18-12-06; 4) Aumentar la concienciación mediante acciones de formación sobre los riesgos del tratamiento de datos; 5) Incrementar el compromiso de las industrias de los medios en los niveles de alfabetización mediática, mediante campañas informativas y de concienciación, paquetes informativos, e informando activamente a los ciudadanos sobre esta necesaria alfabetización mediática en el entorno digital europeo.

