

# COMPETENCIA MEDIÁTICA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTITUD CRÍTICA DE LOS ADOLESCENTES EN LOS NUEVOS ESPACIOS COMUNICATIVOS DE APRENDIZAJE

## MEDIA COMPETENCE FOR THE DEVELOPMENT OF CRITICAL STANCE IN NEW COMMUNICATION-LEARNING ENVIRONMENTS IN ADOLESCENTS

**Mari Carmen Caldeiro Pedreira**

*Universidad de Huelva. Departamento Educación (doctoranda)  
Toirán, 10. Láncara (27366) Lugo.*

[mariccaldeiro@yahoo.es](mailto:mariccaldeiro@yahoo.es)

### **Resumen**

El ambiente tecnológico donde predominan las nuevas pantallas y medios de comunicación que se multiplican de forma vertiginosa, provoca la ampliación de los espacios de aprendizaje. Esta situación vertebrada una serie de cambios que se producen de manera perentoria en el ámbito de la comunicación y han de hacerse extensivos al campo de la educación, debido a la estrecha vinculación existente entre ambos.

La ampliación del número de espacios de comunicación y aprendizaje implica una modificación en los estilos, al tiempo que justifica la necesaria capacitación de personalidades morales autónomas, críticas y con competencia mediática. Esta última favorece la comprensión y contacto con la ingente y continúa cantidad de medios encargados de mostrar la realidad ya sea de forma parcial o total.

Se propone un aprendizaje en consonancia con los avances tecnológicos, que favorezca el desarrollo de las habilidades que contribuyen a la capacitación del sujeto al tiempo que le facultan para el dominio de las situaciones producidas en los diversos espacios emergentes. Lugares donde participa de la relación con los demás al tiempo que aprende. Tanto los espacios como los estilos de vida y aprendizaje van adecuándose a los avances de índole tecnológica e informativa. Dichos avances justifican la necesidad de una escuela que vea ampliadas sus fronteras de modo que contribuya, especialmente entre los más jóvenes, al desarrollo de una ciudadanía dialógica y participativa, capaz de proyectar su vida en los nuevos espacios de aprendizaje sin olvidar los diferentes estilos.

Palabras clave: comunicación, espacios de aprendizaje, competencia mediática, autonomía crítica, adolescentes.

### **Abstract**

Technological environment dominated by new screens and media multiplies dramatically, it cause the expansion of learning spaces. This vertebrate changes that happens in a peremptory way in the communication field. It must be extended to the education because of the close link established between them.

The opportunities expansion to the communication and learning involves a change in styles, while justifying the necessary training of autonomous moral personalities, reviews and media competition. Latter promotes understanding and contact with enormous amount of media and continues to show the reality responsible either. Learning is proposed in line with technological advances, which favors the communication development and media skills, such skills contribute to the training of the subject to exercise some control and ownership of forests situations. It happens in different spaces that emerge from almost daily, where the subject participates in relationships with others while he learns. These and lifestyles and learning are adapting to the technological advances and informative nature. These advancements justify the school need to help expand its borders, especially among teens whose must develop like a dialogical and participatory citizenship; they have to be capable of project their life in new learning spaces. They must take into account the different styles.

Key words: communication, learning areas, media literacy, critical autonomy, adolescents.

## 1. INTRODUCCIÓN

La existencia de diferentes canales de comunicación presentes en la sociedad de la globalización y el conocimiento, cuyo desarrollo se produce fundamentalmente a lo largo de las últimas décadas del siglo XX y principios del XXI, provoca que los diferentes espacios educativos, tradicionalmente vinculados al aula, puedan ampliar su ámbito.

La tecnología y los medios digitales han posibilitado situaciones antes impensadas entre las que figura la transmisión de la información y la comunicación de forma interactiva e inmediata, el espacio educativo no se limita, actualmente, de forma exclusiva, a la escuela lo que presupone la necesidad de que esta no permanezca anclada en el pasado y se actualice de manera continua.

Por otra parte, de la interacción generada en este ambiente, se deriva la concepción de la educación, como un período que se amplía a lo largo de toda la vida y que, no está limitado tan solo, al espacio tradicionalmente conocido como formal. La existencia y progresiva evolución de la comunicación en cualquier entramado social genera, de algún modo, una situación de aprendizaje. Además de ello, actualmente, existen múltiples agentes que contribuyen a ampliar el proceso; entre los principales situamos a: la cultura, la sociedad o los medios de comunicación que contribuyen al desarrollo del modelo comunicativo en el cual interactúan un emisor y un receptor individual o un conjunto de ellos: audiencia.

En ocasiones el proceso se encuentra condicionado por varios factores entre los que adquieren un valor determinante el tratamiento de la información, y el desarrollo de la autonomía o el grado de competencia mediática con la que cuente el receptor o receptores; estos determinan en buena medida la capacidad crítica del mismo al tiempo que hacen posible la vida en la sociedad democrática.

En el entramado mediático se asiste a la transformación, tanto de las formas de transmisión como de los propios contenidos lo que contribuye a la generación de personalidades morales autónomas que han de conformar una ciudadanía crítica y activa, capaz de participar y contribuir al creciente desarrollo de la sociedad democrática y tecnológica.

El alcance de estos objetivos viene determinado por el conocimiento de, por un lado, el grado de desarrollo moral de los más jóvenes y por otro, el nivel de competencias tanto las básicas, centradas en los dos registros que propone la Ley Orgánica General del Sistema Educativo «LOGSE»: aprender a aprender y enseñar a aprender, como la comunicativa y mediática. Unas y otras se concretan posteriormente, 2006, en la vigente Ley Orgánica de Educación «LOE».

Partimos de la relación que se establece entre ambos: adquisición del grado de competencias y autonomía, así como de la necesidad de que se conjuguen, especialmente en los más jóvenes, para alcanzar una ciudadanía crítica y autónoma. A tal consecución contribuye, de forma determinante, el aprendizaje que no se encuentra únicamente vinculado al ámbito académico.

## **2. LA COMUNICACIÓN COMO FORMA DE INTERACCIÓN Y APRENDIZAJE**

La comunicación producida en diversos ambientes favorece la apertura del espacio privado que, debido, entre otros factores a los avances tecnológicos y la introducción de nuevas formas y medios de comunicación, se expande hacia el ámbito de lo público. Vivimos en la sociedad de la información y el conocimiento caracterizada por la multiplicación exponencial de la misma así como la rapidez a la hora de la generación y transmisión de los datos; una sociedad donde los diferentes medios de comunicación evolucionan de tal forma que lo que hoy puede resultar actual y novísimo en muy poco tiempo se queda obsoleto. Existe una imperante necesidad por estar a la última lo que provoca que a los jóvenes también podamos aplicarles el calificativo de ciber, se conciben al igual que el ciber espacio o la ciber tecnología como ciber-adolescentes que viven en una situación especial por la rapidez con la que se generan los datos y con la que, por otro lado, desaparecen. Predomina, como indica Tainta (2003: 2), «la caducidad de una información que exige un constante esfuerzo de actualización».

Tal esfuerzo se acrecienta, debido, entre otros condicionantes, a la continua intoxicación informativa que obliga al receptor a comprender y emplear, no solo los lenguajes sino además, los modernos sistemas de transmisión digital que se imponen en la cultura actual. Se requiere por tanto de individuos autónomos; su autonomía puede ponerse en relación con el aprendizaje que va ampliando su espacio. Este se vinculaba, tradicionalmente y a lo largo de la historia, a la escuela donde se ubicaba la educación en un principio limitada, casi de forma exclusiva, a ella. En el centro educativo era donde se enseñaba a las señoritas a ser buenas amas de casa y fieles esposas mientras los varones aprendían a servir a la patria y a convertirse en fuertes caballeros, dominantes, con capacidad para tomar decisiones.

Conforme ha ido avanzando el tiempo, la situación se ha visto modificada: además de variar, los valores difundidos a través de la educación, su propagación a otros espacios de formación se amplía trascendiendo los límites físicos del centro educativo; más allá de estos, la ciudadanía: jóvenes, adultos, ancianos y niños, se comunica de forma presencial o no. La información entendida como uno de los pilares básicos sobre los que se forja la comunicación, trasciende fronteras.

De su desarrollo se derivan situaciones de aprendizaje que nos conducen a establecer la afirmación que exponemos: la comunicación y por tanto el aprendizaje derivado de ella, no se vincula, de forma exclusiva, a un único medio ni a un espacio cerrado; según preconizaba en la década de los 70 del siglo pasado Mc Luhan (1974: 237), «los nuevos medios no son simplemente una gimnasia mecánica para crear mundos de ilusión, sino nuevos lenguajes con un nuevo y único poder de expresión». El autor consideraba como nuevos a: la radio, el cine y la televisión que, actualmente, se complementan con otras tecnologías y pantallas. El avance tecnológico y digital de la información favorece la rápida difusión de los datos así como su inmediata transmisión; el desarrollo de ambas se produce de forma vertiginosa al tiempo que constituye el marco del cual se derivan situaciones de aprendizaje, no sólo presencial sino también virtual. De este ambiente se deducen una serie de valores y estados en los que se comparten, no sólo conocimientos sino también actitudes que ayudan a conformar la

personalidad moral del sujeto que, según indica Gimeno (1999:70), se produce «desde los problemas del presente, porque para liberar a los individuos y hacerlos autónomos es necesario situarlos en un contexto de actualidad».

Se persigue el alcance de personas críticas, capaces de dar y poner en práctica un proyecto personal de vida que facilite la convivencia entre iguales así como el desarrollo de una sociedad capaz de progresar conforme a las nuevas necesidades y, de forma continua.

Al avance, contribuyen los medios de comunicación y tecnologías encargadas de transmitir información y de favorecer el desarrollo de relaciones entre individuos; para ello resulta fundamental el conocimiento de la programación que se consume así como el análisis del público entendido este último bien como la individualidad, bien como el conjunto de receptores de la información transmitida a través de los diferentes medios. Entre los receptores destaca especialmente el colectivo de los más jóvenes, población fácilmente influenciable; sus actos y efectos son fundamentales en la sociedad dado que determinan formas de interacción y convivencia. En esta línea adquieren especial relevancia las relaciones comunicativas en tanto que favorecen, la participación y el alcance de la autonomía que viene condicionado por la situación en la que se produce y desarrolla.

La creciente multiplicidad de medios tecnológicos requiere del desarrollo de la competencia mediática entendida como la habilidad que le permite al sujeto, no solo utilizar los medios tecnológicos sino además, comprender la información que de ellos se deriva. Un alto grado de desarrollo de la competencia mediática favorecerá la emisión de juicios autónomos especialmente por parte de los adolescentes, colectivo que constituye la ciudadanía del mañana y que más tiempo pasa en contacto con los nuevos medios y formas de comunicación. Los diferentes escenarios en los que el sujeto aprende y desarrolla la competencia mediática adquieren importancia, en tanto que supone el germen de la autonomía, a la vez que favorecen la emisión de un juicio crítico o de valor.

### **3. COMPETENCIA MEDIÁTICA Y AUTONOMÍA MORAL EN LOS NUEVOS ESPACIOS FORMATIVOS**

La cantidad de información difundida a través de los múltiples medios y pantallas que conforman la sociedad red, a la que ya se ha referido Castells (2001) en su obra «La Galaxia de Internet», implica la necesidad de la formación relativa tanto al aspecto cognitivo como a las actitudes e incluso las emociones que pueden derivarse de las imágenes ofrecidas por los medios. Interesa, de forma especial, la formación de las personalidades morales ubicadas en los niveles inferiores de desarrollo moral, siguiendo a Kohlberg (2003) existen tres niveles que subdivide en seis estadios, estos no son correlativos a la edad ni tampoco se determinan únicamente por la formación. La superación de uno significa el alcance del siguiente y, su consolidación responde a un conglomerado de factores que contribuyen a la forja y desarrollo de personalidades morales más o menos autónomas.

Conocido el grado de autonomía que le permite al sujeto la actuación y emisión de juicios razonados y críticos, es conveniente saber cuál es el grado de competencias: en este caso comunicativa y mediática, que posee el sujeto, para poder determinar la necesidad y pertinencia de la formación en medios o educamunicación, entendida como baluarte que sustenta el desarrollo de la actitud crítica.

Esta preocupa de forma especial debido a que, el sujeto desarrolla la vida en medio de una constante y continúa lluvia de aparatos tecnológicos que, entre otras funcionalidades, le sirven

para mantenerse, por un lado, informado y, por otro, para comunicarse de forma interactiva a distancias, hasta no hace demasiado tiempo, impensadas.

Tales condicionantes justifican la necesaria capacitación por parte de la ciudadanía sea cual fuere su edad y grado de desarrollo de su personalidad moral. La consecución de ambos posibilitará la formación de sujetos con capacidad para convivir con los medios tecnológicos y con competencia no solo para cumplir el papel de receptor pasivo o de audiencia estática sino para convertirse en interlocutores -moderna acepción aplicada a los receptores que abandonan el estatismo convirtiéndose en, según recogen Orozco y García-Matilla (2012), emirecs, es decir, sujetos capaces de interpretar e interaccionar con los emisores. A tal tarea contribuyen de forma especial las nuevas formas de comunicación que, día a día, van convirtiéndose en protagonistas del espacio tanto presencial como virtual; se trata por ejemplo de los chats o de las redes sociales. Alrededor de estas últimas circula importante cantidad de literatura que se encarga de denostarlas y demonizarlas, parece como si los apocalípticos, a los que hacia mención Eco (1993) continuasen ejerciendo influencia varias décadas después de su surgimiento y del desarrollo de sus postulados.

Al lado de estas visiones existen otras afirmaciones menos críticas encargadas de constatar sus virtudes. Las redes, y algunas en concreto, permiten según indica Hidalgo (2010) la participación y «el intercambio de recursos, servicios, bienes, productos, conocimiento, experiencias, relaciones y amistades». A la vez que se erigen como herramienta de hiperconexión que favorece la participación En cualquier caso, unas y otras posturas nos sirven para confirmar que asistimos a la creación y conformación de nuevos espacios de comunicación en los cuales la ciudadanía tiene la posibilidad de compartir experiencias y por tanto de aprender. El aprendizaje se vincula actualmente a la necesidad de adaptación y la adquisición de las claves que permiten al receptor estar al día, según Martínez-Salanova (2002) el avance de la tecnología favorece la idea, propuesta por la Organización de Naciones Unidas para la Educación «UNESCO», de que la formación continúa se promueva y favorezca. Todo ello contribuye a un mayor grado de capacitación del sujeto que es proporcional a su formación. El aprendizaje será mayor cuanto mejor sea la formación de los sujetos, por ello consideramos fundamental y básico, como hemos señalado líneas atrás, que los integrantes del proceso comunicativo y por extensión del de aprendizaje, posean el mayor grado de competencia comunicativa y mediática. La primera de ellas les permitirá, entre otros factores, establecer un contacto bien sea personal, bien virtual entre emisor y receptor, mientras que la segunda: la mediática, se encargará de facilitar o agilizar el proceso al tiempo que permite que, el receptor activo de la información pueda evitar el ruido, tanto si se trata de interferencias que se constaten como si se refieren a otras que no se reflejan de forma explícita; destacamos entre estas últimas la manipulación o desviación ética a la hora de ofrecer los datos.

Estos factores determinan la necesidad de que la ciudadanía adquiera conocimientos y habilidades en las seis dimensiones que señala Ferrés (2007) cuando define la competencia audiovisual, directamente vinculada con la comunicativa y la mediática. El grado de adquisición de esta última se relaciona con la capacidad de participación del sujeto como receptor e interprete del mensaje. Tal condición puede cuantificarse en función de las dimensiones mencionadas por el autor: lenguaje, tecnología, procesos de producción-difusión y de recepción-interacción; ideología-valores y estética. Mantenemos que la competencia mediática ha de ser observable, medible, demostrable y mejorable a lo largo del tiempo. Se trata de un proceso que se inicia en las edades inferiores para continuarse a lo largo de toda la vida; especialmente en la sociedad actual donde imperan los medios tecnológico-digitales que contribuyen a la ampliación

de los espacios y formas de aprendizaje. En esta situación surge la necesidad de adquisición de la actitud crítica vinculada de forma directa no solo con la competencia mediática sino también con el desarrollo de personalidades morales autónomas, capaces de actuar y pensar de forma independiente, sin ser coaccionadas. Al respecto conviene matizar, de forma especial, el caso de los más jóvenes, los adolescentes.

#### **4. EL DESARROLLO DE LA ACTITUD CRÍTICA EN LOS ADOLESCENTES**

La adolescencia, entendida como un período de la vida que no tiene totalmente definido el inicio y fin, no posee una amplitud exacta, esta difiere según la fuente que se tome como referencia. En términos generales, se trata de un período en el que, independientemente de su duración y de los cambios físicos que puedan ocurrir durante él, se producen otros de índole emocional que afectan al comportamiento del sujeto nativo digital que convive con la multiplicidad de pantallas y medios que pueblan la sociedad actual. Los adolescentes constituyen el grupo que, en un futuro relativamente próximo, conformará la ciudadanía que, deseablemente habría de ser activa.

La consecución de tal pretensión supone el desarrollo de actividades que permiten el buen funcionamiento de una sociedad; para la adquisición de este cometido ha de tenerse en cuenta la formación necesaria para dotar a los sujetos capacitándolos de modo que se faculten para el desarrollo de diversas tareas vinculadas a la capacidad reflexiva y analítica. Es necesario, según recogen Ramírez y otros (2006: 179), dotar a la ciudadanía de «herramientas de análisis, instrumentos de navegación, claves para la interpretación y la reflexión, elementos que le ayuden a decodificar esa iconosfera de sensaciones que a diario se introduce en su hogar».

Además el sujeto ha de poseer el conocimiento mínimo que le capacita para ser crítico. La alfabetización constituye una de las herramientas fundamentales capaces de infundir el conjunto de habilidades tanto cognitivas como emocionales en el sujeto, sea cual fuere su edad. Para el cumplimiento de tal tarea y dada la importancia de la comunicación en la actualidad, se propone el desarrollo de la educomunicación entendida, según indica, Ramírez (2006:179), «como la herramienta imprescindible para toda persona que aspire a considerarse audiovisualmente alfabetizada». Compartimos con los autores la preocupación por alfabetizar al colectivo adolescente también denominado, según señala De Bofarull (2009:121) cuando sigue la acepción anglosajona, como «heavy user». Se trata de adolescentes, es decir, jóvenes que, todavía no poseen un grado de madurez determinado debido entre otros factores a que, se encuentran inmersos en el complejo proceso de aprendizaje y formación tanto física como intelectual. El hecho de que dispongan de múltiples pantallas, no solo en casa, cada uno de los puntos de su hogar sino además en su propia habitación, facilita que posean una visión poliédrica y a la vez descontrolada de la realidad. Esta se ve acentuada, de algún modo, por el hecho de que durante la adolescencia se sitúen en manos de las pantallas responsabilidades que corresponden claramente a otros agentes como, en este caso, las familias. Esta delegación de competencias provoca la existencia de, según Morán y Benedicto (2008: 142), «Unos jóvenes ausentes la mayor parte del tiempo del espacio público, y que sólo de vez en cuando irrumpen en él de manera caótica, imprevisible y efímera».

Estas y los medios de comunicación se convierten, en buena parte de los casos, en «nanis digitales»; opción que se propone, inicialmente, como una alternativa a la calle mas, tal solución puede resultar pernicioso en el sentido de que, como indica De Bofarull (2009:125), «debilita las relaciones familiares, la socialización familiar y el constructivo ocio de actividades con sociabilidad cara a cara». Esto es, coartan las posibilidades del adolescente que se centra de

manera exclusiva en la información recibida a través de las pantallas que, de algún modo, influyen en la toma de decisiones de estos y, dado su bajo nivel de desarrollo de la personalidad moral autónoma, impiden la emisión de juicios racionales y críticos.

Esta situación justifica la necesidad de la alfabetización mediática entendida como la dotación de habilidades que le permiten al sujeto, especialmente a los más jóvenes, la adquisición de la capacidad de leer y comprender los mensajes que, a diario le informan y entretienen al tiempo que le venden. Por ello resulta necesario el alcance de la capacidad crítica que, se encuentra en la parte central de la alfabetización mediática y constituye una lección importante para la alfabetización de los medios de comunicación.

Hoy en día es necesario, como propone Carrero (2009), la existencia de una ciudadanía comunicativa cuya consecución puede alcanzarse siempre y cuando se conozcan los procesos para poder, según señala la autora, «entendernos y hacernos entender». La consecución de este objetivo redundaría en el desarrollo de una ciudadanía participativa, dialógica y responsable. Los adolescentes que, según recoge Carlsson (2011), actualmente representan a un tercio de la población, constituyen la ciudadanía del mañana y como tal deben de formarse en los diferentes ámbitos de la vida para poder alcanzar la calidad humana que posibilitará el desarrollo de sociedades democráticas, responsables y participativas.

En estas circunstancias se constata la ampliación de los espacios y estilos de aprendizaje que, al mismo tiempo se extienden a lo largo de toda la vida. Al espacio concebido inicialmente para el aprendizaje: la escuela, a esta, según puede observarse se le van añadiendo otros nuevos. Esto provoca el enfrentamiento a un importante reto que supone la puesta en marcha de cambios metodológicos, a los que se une su principal pretensión, la de girar entorno al acercamiento de las pantallas a la escuela. Con este se persigue la formación de las personas para que se desenvuelvan en una sociedad donde, según García-Fernández y Bringué (2009: 216), «el aprendizaje deberá producirse de por vida». A esta afirmación contribuye la idea sostenida por Freire (2012) cuando indica que alfabetización no se entiende como la mera repetición de palabras sino como el decir palabras. Es decir, actualmente se nutre de información e imágenes que proviene de diferentes medios y se difunde de modos muy variados. La visión de la realidad se transmite desde diferentes ópticas y a través de múltiples formas que, como hemos indicado, conforme discurre el tiempo se incrementan. La sociedad se ve condicionada por esta difusión y sobre ella impera la necesidad de actualizarse para no situarse al margen del avance y evolución mediática, especialmente el colectivo de los jóvenes a los que Bringué y Sádaba (2009) caracterizan como «nativos digitales», sujetos que experimentan la necesidad de sentirse inmersos en la rueda que les condiciona a la hora de la emisión de juicios. La multiplicidad de pantallas que, a diario van surgiendo provoca implica la expresión a la cual se refieren los citados autores, se trata de, «una generación frente a las pantallas» hecho que, no solo se institucionaliza sino que se generaliza provocando, de algún modo, la necesidad de que, los más jóvenes quieran independizarse dentro del hogar; esto es, que reclamen su espacio particular en el cual interaccionen, no solo con las pantallas sino a través de ellas. Tales factores justifican la ampliación de los espacios de aprendizaje y suponen una situación de preocupación tanto por parte de las familias como de los formadores; unos y otros observan como se enfrentan a nuevos modos de comunicarse y aprender, formas de relacionarse que se erigen como armas de doble filo en tanto que encierran nuevas oportunidades y riesgos.

## 5. CONCLUSIONES

Tras haber mencionado algunos de los principales aspectos que justifican la necesidad de la formación de los adolescentes, entendidos como la ciudadanía del futuro que requiere de la actividad y la crítica, conviene matizar la necesidad de la formación del carácter; todo ello completa, de algún modo, la visión que se ha ofrecido hasta el momento. La formación propuesta se entiende como no estrictamente moral sino como una forma de inculcar virtudes en los individuos aislados. Pese a que pueda resultar paradójico, actualmente, en la sociedad que hemos descrito, según puede observarse, se amplían los espacios de aprendizaje llegando incluso a multiplicarse de forma vertiginosa, aumento que se relaciona directamente con el incremento de medios y modos de transmisión de la información que, a su vez, posibilitan el desarrollo de la comunicación de manera interactiva y, no siempre presencial. Este condicionante es el que merece ser tenido especialmente en cuenta dado que, se relaciona directamente con la individualización de los sujetos quienes, físicamente viven rodeados de otros con los que se comunican e interactúan no siempre directamente sino a través de los medios y tecnologías que atribuyen cierta impersonalidad a las relaciones. Sirva este rodeo para justificar la postura de los éticos del cuidado cuya máxima preocupación gira entorno al establecimiento de condiciones que apoyen el desarrollo de la vida moral. Una vida que se entiende como una forma de relacionarse con los otros a través del diálogo que, según indica Noddings (2009: 40), «es el componente fundamental del modelo del cuidado», entendido no solo como conversación sino como forma de razonamiento que exige la empatía entre los agentes que se establece; se presenta como un modo de justificar las decisiones que se toman.

Tal justificación se relaciona de forma directa con el desarrollo de la competencia mediática en la ciudadanía, especialmente en los jóvenes quienes deben contar con la capacidad que les permita alcanzar la autonomía así como el conocimiento de los medios que transmiten la información con la que conviven. A través de la alfabetización se pretende la consecución de personalidades críticas, capaces de recibir, interpretar y transmitir la multiplicidad de mensajes a los que se encuentran expuestos.

El desarrollo de tales habilidades contribuye al control de los múltiples espacios donde el sujeto desarrolla su vida a la vez que aprende. No solo los espacios sino los estilos de vida y aprendizaje van adecuándose a los cambios y evoluciones socio-tecnológicos, argumento que justifica la necesidad de que la escuela amplíe sus fronteras hacia todos aquellos frentes que pueden ayudarle a cumplir su cometido: la formación integral y la capacitación autónoma, crítica y responsable del sujeto independientemente de su edad.

## REFERENCIAS

- Bringué, X y Sádaba, C. (2009). *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas*. Madrid: Rialp.
- Carlsson, U. (2011). Young people in the digital media culture. In Von-Feilitzen, C.; U.; & Bucht, C. *New Questions, New Insights, New Approaches Contributions to the Research Forum at the World Summit on Media for Children and Youth 2010*. University of Gothenburg: Nordicom.
- De Bofarull, I. (2009). *Bedroom culture o la república independiente de mi dormitorio*. In Bringué, X y Sádaba, C. *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas*. Madrid: Rialp.
- Eco, H. (1993). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.



- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29; 100-107.
- Freire, P. (2012). *La educación universal del diálogo crítico*. Recuperado el 11/04/2012 en (<http://www.youtube.com/watch?v=zwri7pO8UHU&feature=related>)
- Gimeno, J. (1999). La educación pública: cómo necesario puede venir desfasado. In Angulo, F. & al. *Escuela pública y sociedad neoliberal*. (pp. 65-82). Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Hidalgo, J. A. (2010). *Contextos en movimiento: ítems de la Generación My Social Media*. Recuperado el 03/04/2012 en (<http://es.catholic.net/imprimir/index.phtml?ts=47&ca=579&te=927&id=42768>)
- Kohlberg, L. (2003). *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Marshall, McL. (1974). *El aula sin muros*. Barcelona: Laia.
- Martínez-Salanova, E. (2002). *Propuestas críticas y creativas para vivir en la nueva sociedad mediática*. Recuperado el 28/03/2012 en (<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/3463/b15760212.pdf?sequence=1>)
- Morán, M. L. & Benedicto, J. (2008). *Los jóvenes como actores en la sociedad global*. Recuperado el 10/04/2012 en (<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2781562>).
- Noddings, N. (2009). *La educación moral. Propuesta alternativa para la educación del carácter*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Orozco, G; Navarro, E. & al. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. En *Comunicar*, 38; 67-74. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-01>) (02-03-2012).
- Ramírez, T.; Zarandona, E. & al. (2006). Estudio sobre la alfabetización audiovisual de los adolescentes vascos: Recopilatorio de actitudes críticas y acríicas. *Zer*, 21; 177-202.
- Sánchez-Carrero, J. (2009). Pequeños televidentes/ Pequeños productores. De cómo los niños participan en la ciudadanía participativa. *Palabras clave*, 12; 139-151.
- Tainta, P. (2003). Enseñanza estratégica y aprendizaje autónomo: un estudio de campo a partir de entrevistas de profesores de ESO. *ESE*, 5; 191-209. Recuperado el 10/04/2012 en (<http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/8537/1/Notas%20Nf.pdf>)