



ECML

Pautas para la alfabetización en medios de comunicación en la educación

Referencia:	Producto final WP3
Categoría:	Informe
Autor(es):	Astrid Haider, CSI Elke Dall, CSI
Fecha:	23/12/04
Condición:	Final
Disponibilidad:	Documento público - © Copyright reservado para el Proyecto de ECML

Resumen

Las siguientes pautas presentan una introducción a la alfabetización y la educación en medios de comunicación. Están orientadas hacia los educadores que deben comprometerse en la promoción de la alfabetización en medios de comunicación en nuestra sociedad.

Antecedentes del documento

Antecedentes de la versión

Versión	Condición	Fecha	Autor(es)
0.1	Primera versión	23/09/04	Astrid Haider (CSI)
0.2	Segunda versión	05/10/04	Astrid Haider (CSI)
1.0	Final	20/12/04	Elke Dall (CSI) revisión de todos los colaboradores (UCSC, UTA)

Resumen de las modificaciones

Versión	Sección(es)	Sinopsis de la modificación
0.1	Todas	Redacción del documento
0.2	Todas	Redacción del último párrafo y de la revisión final
1.0	Todas	Documento final

Nota

Las revisiones posteriores a la entrega del documento final (versión 1.0) del proyecto pueden producir modificaciones en el documento. Si fuera necesario realizar modificaciones posteriores a la revisión, la versión final del documento resultante será 1.1.

Contenido

1. Objetivo de este documento	Errore. Il segnalibro non è definito.
2. Introducción	Errore. Il segnalibro non è definito.
2.1 ¿Para qué sirve la alfabetización en medios de comunicación?	Errore. Il segnalibro non è definito.
3. Contenido	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.1 Generalidades de la definición	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.1.1 Alfabetización en medios de comunicación	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.1.2 Educación en medios de comunicación y educación en alfabetización en medios de comunicación	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.2 Pautas – Cómo convertirse en una persona instruida en medios de comunicación	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.2.1 Objetivos de la educación en medios de comunicación	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.2.2 Implementación	Errore. Il segnalibro non è definito.
3.3 Criterios para lograr el éxito en la educación en medios de comunicación en las escuelas	Errore. Il segnalibro non è definito.
4. Resumen	Errore. Il segnalibro non è definito.
5. Referencias	Errore. Il segnalibro non è definito.

1. Objetivo de este documento

El presente documento está destinado a los educadores y se concentra en una introducción a la alfabetización y la educación en medios de comunicación.

Incluye una breve introducción a “¿para qué sirve la alfabetización en medios de comunicación?”, define los términos importantes y luego establece los objetivos de la educación en dichos medios. La descripción de posibles estrategias de implementación y criterios para el éxito a fin de mejorar la alfabetización mediática incluyendo consejos didácticos mejorará la educación europea en medios de comunicación en las escuelas.

2. Introducción

2.1 ¿Para qué sirve la alfabetización en medios de comunicación?

Los medios de comunicación juegan un rol esencial en nuestras vidas. A través de los medios de comunicación obtenemos la mayor parte de la información que tenemos, nos entretienen, influyen y crean nuestra realidad. Lamentablemente, los medios no pueden ser neutrales y carecer de valores. El proceso de la comunicación masiva a través de los medios de comunicación (de masas) posee el gran potencial de llegar a individuos de todo el mundo. Esto puede propiciar el cosmopolitismo y la democracia, pero también incluye el riesgo de una creciente manipulación.

Como consecuencia de ello, es importante aprender cómo manejar a los medios. ¿Qué medios de comunicación consumimos? ¿Hasta qué punto podemos creer en lo que vemos y oímos?

El consumo de los medios de comunicación comienza en la infancia. De acuerdo con un estudio realizado por *Livingstone* en 1999, el niño promedio del Reino Unido pasa 5 horas por día en contacto con los medios de comunicación¹. La TV, DVD, video, CD, Internet y juegos de computadora integran la dieta diaria de medios de comunicación que consumen los niños. Las cifras del consumo de los medios por parte de los niños en otros países europeos son levemente inferiores, aún así no se puede negar la presencia masiva de éstos en las vidas de los niños y los adultos. Mientras que un adulto puede diferenciar los hechos de la ficción, para un niño pequeño es muy difícil apreciar la diferencia. Se han realizado muchos estudios respecto de la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento y las emociones de los niños. A pesar de que algunos estudios no observan el impacto negativo de los mismos, la mayoría llega a la conclusión de que tienen un efecto negativo sobre las acciones y visiones de los niños². A veces, los niños aprenden ciertos comportamientos y determinan sus escalas de valores a través de los medios de comunicación. Los “temas candentes” de la investigación del impacto de los medios de comunicación constituyen el efecto de la violencia en los mismos, así como la publicidad influye sobre el comportamiento del consumidor. Pero nuestra salud e imagen física también se forman y reciben la influencia de los medios de comunicación. Éstos producen una aceleración de las acciones en la vida y, por lo tanto, también pueden modificar nuestros reflejos y reacciones.

Se han desarrollado diversas formas para disminuir el impacto a veces negativo sobre los niños. Se ha creado el índice de audiencia de un programa de TV, filtros de Internet y leyes, pero podrían considerarse una forma de censura. La educación para la alfabetización en medios de comunicación podría reemplazar a estas formas de censura y es una manera eficaz de afrontar las preocupaciones generalizadas sobre la influencia de los medios de comunicación masivos en niños y jóvenes.³

Hoy en día, la mayoría de los educadores comprenden que con los cambios revolucionarios de la última mitad del siglo, la alfabetización en medios de comunicación se ha convertido en un

¹ Para mayor información, ver Livingstone (1999)

² A continuación se detallan algunos estudios recientes: Gentile et al. (2004) y Josephson (2004) acerca del impacto de la violencia en los medios; Bulmer (2001) sobre la influencia de los comerciales en los niños y Morris, Katzman (2003) acerca del impacto de los medios en los trastornos alimenticios. En Villani (2001) se presenta una visión general.

³ Para obtener más información, ver Heins and Cho (2003)

elemento tan esencial como el saber leer textos escritos. A través de la educación en estos medios, los niños pueden convertirse en individuos instruidos en medios de comunicación. Estas pautas proporcionan una visión general acerca de cómo convertirse en una persona instruida en medios de comunicación. En primer lugar se aclara la definición de la alfabetización en medios de comunicación y luego se evalúan los objetivos de la educación en medios de comunicación y cómo puede implementarla en las escuelas.

3. Contenido

3.1 Generalidades de la definición

¿Qué significa alfabetización en medios de comunicación y cuándo podemos hablar de una persona instruida en ellos? ¿Qué es la educación o alfabetización en medios de comunicación y cuál es la diferencia entre ambas? El siguiente párrafo proporciona una visión general de los diferentes términos y conceptos.

3.1.1 Alfabetización en medios de comunicación

A pesar de que existen muchos conceptos, ser alfabeto básicamente significa saber leer y escribir. De acuerdo con *Varis*⁴ alfabetización es un término relativo y no absoluto. Es imposible definir un único nivel de alfabetización en una persona, existen varios grados de alfabetización.

La alfabetización en medios de comunicación extiende este concepto elemental de poder comprender y producir un texto escrito hacia todas las formas de comunicación. Este concepto incluye:

- la capacidad de comprender e interpretar imágenes visuales, estáticas y en movimiento, el modo en que se organizan o estructuran los significados de la imágenes para tener un significado y comprender su impacto en los observadores.
- la capacidad de comprender cómo actúan los medios de comunicación masivos, tales como la TV, el cine, la radio y las revistas para producir significados y cómo se organizan y utilizan de manera acertada y
- la capacidad de comprender cómo se ubican los oradores, escritores y productores de diferentes tipos de mensajes en contextos particulares con aspectos y valores personales, sociales y culturales significativos.

La alfabetización en medios de comunicación está compuesta por tres dimensiones⁵:

- Aptitudes técnicas: Esto significa que se debe tener acceso a diferentes tipos de medios de comunicación y la capacidad para usarlos como requisito previo de las otras dos dimensiones.
- Prácticas de recepción crítica: Esta dimensión está compuesta por el pensamiento crítico. Los estudiantes desarrollarán un conocimiento acerca de cómo funcionan los medios de comunicación. En lugar de ser consumidores pasivos de los medios de comunicación – programas de TV, noticieros, Internet, etc. – los estudiantes aprenden que las realidades se estructuran – para reflejar ideas o valores, para vender un producto o para provocar entusiasmo. Los estudiantes también aprenden cómo identificar un estereotipo y a diferenciar hechos de opiniones.
- Elaboración del contenido: Un tercer aspecto de la alfabetización en medios de comunicación es la habilidad para elaborar y distribuir el contenido de los mismos. Los estudiantes no sólo pueden usar los medios de comunicación sino también crear mensajes con los mismos.

3.1.2 Educación en medios y educación en alfabetización en medios de comunicación

Por lo general la educación es muy importante en una sociedad fundada en la información. El aprendizaje a lo largo de toda la vida suplanta a la educación y a los planes de estudio tradicionales. La educación es un proceso que conduce de la heteronomía a la autonomía. Esto requiere un enfoque crítico de uno mismo y de la sociedad. A través de la educación en medios de comunicación los estudiantes pueden desarrollar estas habilidades.

⁴ ver Varis (2003)

⁵ también ver Livingstone and Thumim (2003)

Existe cierta confusión con respecto a los términos educación en medios, educación en alfabetización en medios y alfabetización en medios de comunicación. Si bien se considera que se los puede usar indistintamente, la mayoría de los expertos marcan una diferencia entre estos términos⁶. La alfabetización en medios de comunicación se considera el resultado de la educación en dichos medios. Algunos también marcan una diferencia entre educación en medios de comunicación y la educación en alfabetización en los mismos. A veces la educación en medios de comunicación se divide en dos componentes formados por la educación a través de los medios y la educación sobre los medios. Otros consideran que la educación en medios se define con este último significado. Para diferenciar estos dos componentes, la educación sobre los medios de comunicación se denomina educación en alfabetización en medios de comunicación en contraposición a la educación en dichos medios.

En estas pautas se aplicará la definición de la UNESCO sobre la educación en medios de comunicación publicada en la conferencia de Viena “Educando para los medios de comunicación y la era digital” en 1999. La educación en medios de comunicación y la educación en alfabetización en medios se consideran sinónimos. De acuerdo con la UNESCO, la educación en medios de comunicación

“...-se refiere a todos los medios de comunicación e incluye a la palabra escrita y a los gráficos, el sonido, la imagen estática y en movimiento presentada a través de cualquier tipo de tecnología;

- permite que las personas comprendan los medios de comunicación que se utilizan en su sociedad y cómo funcionan, y adquieran habilidades sobre cómo utilizar estos medios de comunicación para comunicarse con otros;

- garantiza que las personas aprendan cómo

- analizar, reflejar en forma crítica y crear textos de medios de comunicación;
- identificar las fuentes de los textos de los medios de comunicación, los intereses políticos, sociales, comerciales y culturales y sus contextos;
- interpretar los mensajes y valores que ofrecen los medios de comunicación;
- seleccionar el medio de comunicación adecuado para comunicar mensajes o historias propios y para llegar al público al que va dirigido;
- obtener o solicitar acceso a los medios de comunicación tanto para recibir como para elaborar” (UNESCO, 1999).

⁶ Para obtener una síntesis, ver Fedorov (2003)

3.2 Pautas – Cómo convertirse en una persona instruida en medios de comunicación

La educación en medios de comunicación se ha incorporado en muchos países europeos. Dado que varía según el país, esta sección no tiene el objeto de imponer un plan de estudios modelo. Mas bien delinearé varios objetivos de la educación en medios de comunicación y mostraré cuál puede ser el resultado de la misma. Asimismo, indicará las condiciones que deben darse para poder implementar la educación en medios de comunicación en la escuela y presentará una visión general acerca de cómo se puede llevar a cabo esta educación en dichos establecimientos.

3.2.1 Objetivos de la educación en medios de comunicación

La competencia en medios de comunicación consiste en la capacidad de usar y analizar los medios de comunicación así como en el conocimiento de los sistemas de los medios de comunicación.

Observando más detalladamente, uno debería poder⁷

- recabar información a partir de los diferentes formatos en que se presentan los medios de comunicación
- seleccionar, analizar, estructurar, interpretar y presentar la información extraída de los medios de comunicación tradicionales y nuevos
- poder orientarse en el contexto de los medios de comunicación, desarrollar estrategias y tomar decisiones
- usar nuevos medios de comunicación en forma receptiva y activa
- usar los medios de comunicación para comunicarse con contactos nacionales e internacionales
- conocer las diferentes formas de presentación de los medios de comunicación, tales como libros y otros elementos impresos, cine, TV, video, radio, nuevos medios de comunicación, así como su estructura organizativa y sus antecedentes eventualmente comunes
- tener conocimientos básicos sobre la historia del desarrollo de los medios
- identificar el impacto de los medios de comunicación en la sociedad y reflexionar acerca de su influencia sobre nuestras vidas
- analizar y evaluar los intereses e intenciones de los textos y los productos de los medios de comunicación y reconocer los mensajes manipuladores

Además, el proyecto de ECML identificó las siguientes habilidades como elementos esenciales para ser una persona instruida en medios de comunicación⁸. De acuerdo con el proyecto ECML, una persona instruida en medios de comunicación puede

- comprender que los medios de comunicación fueron elaborados para transmitir ideas, información y noticias desde la perspectiva de otra persona,
- comprender que se utilizan técnicas específicas para generar efectos emocionales,
- identificar esas técnicas y los efectos deseados y reales,
- tener conciencia de que los medios benefician a algunas personas, pero que otros quedan afuera,
- buscar fuentes de información y entretenimiento alternativas,
- usar los medios de comunicación para beneficio y divertimento propios
- saber cómo actuar en lugar de dejar que se actúe sobre ella,
- prepararse para la nueva cultura de aprendizaje, la alfabetización digital.

⁷ comparar con Bundesgesetzblatt (2004): 21

⁸ Comparar con la presentación del proyecto ECML en Internet: <http://ecml.pc.unicatt.it/>

3.2.2 Implementación

La educación en medios de comunicación puede realizarse en diferentes ámbitos institucionales. A pesar de que las áreas de aprendizaje informal ayuden a una persona que aprende durante toda la vida se convierta en una persona instruida en medios de comunicación, la educación formal en medios de comunicación juega un rol fundamental en el proceso de formación de la alfabetización en medios. Los sistemas de educación de Europa varían mucho. Algunos países poseen un sistema más centralizado que otros. Los sistemas de educación también varían de acuerdo con la autonomía de los profesores.

Estas pautas se concentran en la educación de alfabetización en medios de comunicación dentro del sistema educativo escolar formal. No obstante, esto no significa que las situaciones de aprendizaje informal se consideren menos relevantes. La educación en medios de comunicación puede implementarse en el sistema educativo escolar formal de dos maneras – como una asignatura independiente del plan de estudios o como parte integral de todas las asignaturas de la escuela. La mayoría de los países en los que se enseña educación en medios ha optado por la segunda versión. Por lo tanto, la alfabetización en medios de comunicación es una asignatura interdisciplinaria. Como consecuencia de ello, no se limita a ciertos tipos de clases o grupos de edades, aunque la educación en medios de comunicación predomina en la educación que se dicta en la lengua materna.⁹

Muchos gobiernos han publicado declaraciones de intenciones y documentos de planes de estudio acerca de este tema. Existe una gran diversidad en cuanto a los objetivos y los métodos de la educación en medios de comunicación, las personas que participan en ella y los contextos en los que se lleva a cabo.

3.3 Criterios para lograr el éxito en la educación en medios de comunicación en las escuelas

En esta sección se proporciona una visión general de las opiniones de los expertos sobre los criterios que conducen a una educación exitosa en la alfabetización en medios de comunicación en las escuelas¹⁰. En la primera parte se indicarán algunas condiciones básicas que deben darse para llevar a cabo una buena educación en la alfabetización en medios de comunicación, posteriormente se darán indicadores de éxito para los educadores.

Condiciones básicas¹¹

- Las autoridades correspondientes deben establecer los lineamientos de los planes de estudio. Asimismo, la legislación debe incluir la asignación de fondos para el desarrollo, difusión y capacitación.
- Las universidades deben incluir la capacitación en educación en alfabetización en medios, contratar personal idóneo para capacitar a los futuros profesores en esta área y ofrecer cursos en educación en medios de comunicación. Asimismo, las instituciones terciarias deberían colaborar a nivel académico en la elaboración de los planes de estudio y mantener una interconsulta constante.
- Deberían ofrecerse oportunidades educativas en el trabajo a nivel escolar para una mayor capacitación de los educadores en el área de la educación en alfabetización en medios de comunicación.
- Se debería disponer de libros de texto, otros materiales y fuentes de enseñanza y planes de lecciones adecuados según el país/área.
- Se debe contar con los instrumentos de evaluación adecuados a la especial calidad de la educación en medios de comunicación.

⁹ Para obtener un resumen sobre la educación en medios en la educación secundaria en países europeos, ver Hart and Süß (1999).

¹⁰ Las opiniones de los expertos se tomaron de Pungente (sin fecha) y Duncan (2001)

¹¹ Ver también Pungente (sin fecha)

-
- El estado puede alentar la educación en alfabetización en medios en establecimientos educativos a través de subvenciones para programas, proyectos varios y recursos.

Consejos didácticos para educadores¹²

- Los profesores que con frecuencia tienen una gran autonomía respecto de la medida de educación en alfabetización en medios que desarrollan en la clase deben implementar la educación en medios de comunicación. Por lo tanto, los educadores deben tomar la iniciativa y promocionar activamente la educación en alfabetización en medios.
- Dado que la educación en medios de comunicación incluye una gran diversidad de habilidades y experiencia profesional, debe existir una estrecha colaboración entre los profesores, padres, investigadores y profesionales de los medios de comunicación.
- En la clase, el análisis de los medios de comunicación debería consistir en debates y reflexiones que constituyen la base para estructurar el nuevo conocimiento en el que se negocian los significados. La educación en medios debe centrarse en la búsqueda de información, la investigación colaborativa, ser igualitaria y dialogística. Los alumnos deberían desarrollar una autonomía crítica y poder aplicar un criterio independiente sobre los textos de los medios de comunicación.
- Como educador debe alentar un estudio profundo a través de la comparación de la cobertura amplia de un hecho mediático importante o las nuevas tendencias como el fenómeno de "televisión realidad". Llevar a cabo una gran cantidad de encuestas para descubrir lo que ya saben los estudiantes acerca de los medios de comunicación.
- Asimismo, incluir en las lecciones la producción de los medios de comunicación. No sólo analizar o criticar los medios de comunicación, sino también realizar trabajos prácticos sobre los mismos. El buen equipamiento es útil, pero no es fundamental. También se pueden elaborar mensajes diferentes con un bajo costo.
- Al elaborar y desmembrar mensajes, se debería poner especial atención en lo siguiente, ya que con frecuencia no se le presta la atención necesaria:
 - i.) El público: de qué modo cada uno de nosotros entiende los textos de los medios de comunicación de acuerdo con nuestro sexo, cultura, raza y nuestras necesidades individuales y colectivas.
 - ii.) Las instituciones: focalizarse en las preocupaciones acerca de nuestras relaciones sociales, culturales y políticas.
 - iii.) La industria: incluir temas críticos como la propiedad y el control, el impacto de corporaciones transnacionales y la economía mundial o la comercialización cruzada de los medios de comunicación. Ayudar a los alumnos a investigar monopolios, el volumen de recursos corporativos que se invierte en publicidad y el increíblemente poderoso rol que desempeñan las relaciones públicas.
- No abordar la educación en medios de comunicación sólo desde un punto de vista proteccionista. Podría existir un consumo problemático de los mismos. Aún así, la educación en medios no sólo debería evaluar el placer que uno puede experimentar con los medios de comunicación. Los profesores deberían comenzar por reconocer sus propias pasiones culturales problemáticas y contradictorias y estar preparados para compartirlas, cuando corresponda.
- Enseñar no sólo "a través" sino "sobre" los medios de comunicación. Discutir acerca de los mismos desde un punto de vista crítico y estar abierto a los asuntos políticos que pueden influir implícitamente sobre los mensajes de los medios de comunicación. La clase de medios de comunicación debe ser abierta, incluir rigor intelectual, entusiasmo y el deseo de asumir riesgos.
- Alentar la búsqueda de diferentes opiniones y declaraciones además de los medios de comunicación predominantes. Aplicar temas concretos para demostrar cómo los principales medios de comunicación pueden generar consensos. Tratar de alentar a los

¹² También ver Duncan (2001)

estudiantes para que trasladen los conocimientos profundos adquiridos en la clase a otras áreas de la vida cotidiana: la política de escolarización, el rol de autoridad en la familia, el mundo laboral. Investigar otras alternativas a los medios de comunicación predominantes. Buscar libros sobre los medios de comunicación y periódicos que ofrezcan alternativas a la cobertura de los predominantes. Asimismo, otro estimulante recurso de lectura son las novelas que tratan acerca de los medios de comunicación.

- ¡Intente estar actualizado! Los medios de comunicación cambian constantemente, especialmente los nuevos. Para estar actualizado, la educación en medios de comunicación debe tratar, de un modo exhaustivo, las nuevas y convergentes tecnologías de la comunicación, desde multimedia hasta Internet. Los medios de comunicación más recientes también se presentan en diferentes lenguajes a diferencia de los tradicionales.
- ¡Póngase en contacto con otros profesores! Los educadores deben mantenerse al día con respecto a este campo en constante cambio y compartir ideas con sus colegas.

4. Resumen

Estas pautas, destinadas principalmente a educadores, deberían proporcionar una introducción a la alfabetización y a la educación en medios de comunicación. ¿Por qué es importante ser una persona instruida en medios de comunicación en el mundo de hoy? Todos los días, niños y adultos utilizan los medios de comunicación en forma activa o los consumen en forma pasiva, pero no siempre nos han enseñado cómo manejar esta cantidad de información. Con frecuencia, los medios de comunicación influyen sobre nosotros más de lo que pensamos.

Tal como se indica en estas pautas, no existe una única definición de alfabetización en medios. El concepto incluye varias dimensiones. Uno debería poder tener acceso al contenido de los medios de comunicación y analizar, reflexionar críticamente e interpretar varios mensajes de los mismos. Además, uno debería ser capaz de crear contenido mediático.

En los últimos años, la continua preocupación acerca de la posible influencia negativa de los medios de comunicación, especialmente los masivos, han puesto en evidencia la importancia de la educación en alfabetización en medios de comunicación. Todos los ciudadanos estadounidenses deben saber cómo funcionan los sistemas de los medios de comunicación y pensar en forma crítica. Los legisladores deberían comprometerse en hacer que la alfabetización en medios de comunicación constituya una parte esencial en la educación de todos los jóvenes. Muchos países ya han legislado parte de la educación en medios en los programas escolares. Con frecuencia, éste es un tema interdisciplinario que se incluye en todas las asignaturas del programa. Además de la legislación pertinente, otras condiciones básicas esenciales para el éxito de la educación en alfabetización en medios de comunicación son la capacitación de los profesores universitarios y de grado superior en la dicha materia y la elaboración de libros de texto y otros recursos de enseñanza adecuados.

Los alumnos deben aprender cómo desmembrar los mensajes de los medios de comunicación, teniendo en cuenta que éstos construyen nuestras realidades. La elaboración del contenido es una dimensión de la alfabetización en medios, la enseñanza debería incluir el desmembramiento así como la elaboración de mensajes de los medios de comunicación. Con frecuencia, los profesores pueden determinar en forma limitada en qué medida enseñan educación en medios en sus clases. Como consecuencia de ello, el ingrediente más importante para lograr una educación en alfabetización en medios eficaz en las escuelas es el compromiso de los profesores. No sólo pueden lograr el éxito de la educación en medios, sino que también promocionar la alfabetización en medios en nuestra sociedad.

5. Referencias

- BUCKINGHAM, David (2001): Media Education. A Global Strategy for Development. Un documento de políticas elaborado por la UNESCO, Sector de comunicación e información http://www.cconline.org.uk/mediacentre/Research_Projects/UNESCO_policy.html (del 09/01/04)
- BULMER, Sandy (2001): Children's Perceptions of Advertising, Massey University, Department of Commerce Working Paper Series 01.05., http://college-of-business.massey.ac.nz/commerce/research_outputs/2001/2001005.pdf (del 09/01/04)
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (2001): Grundsatzlerlass Medienerziehung, Wien
- Bundesgesetzblatt (2004): Änderung der Verordnung über die Lehrpläne der allgemein bildenden höheren Schulen; Bekanntmachung der Lehrpläne für den Religionsunterricht, Bundesgesetzblatt, Teil II/277/2004, Wien
- DUNCAN, Barry (2001): A Media Literacy Menu: Ingredients for Successful Media Studies, <http://interact.uoregon.edu/MediaLit/mlr/readings/articles/duncan.html> (del 09/01/04)
- Proyecto de ECML (2004) Descripción del proyecto, <http://ECML.pc.unicatt.it> (del 09/01/04)
- FEDOROV, Alexander (2003): Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions, in: UNESCO: MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Tesis de Thessaloniki, Primera versión, http://www.european-mediaculture.de/fileadmin/bibliothek/english/fedorov_experts/fedorov_experts.pdf (del 09/01/04)
- GENTILE, Douglas et al. (2004): Media violence as a risk factor for children: Estudio longitudinal, Chicago http://www.mediafamily.org/research/report_gentile_et_al_aps_2004.pdf (del 09/01/04)
- HART, Andrew; SÜSS, Daniel (1999): Media Education in 12 European Countries: A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, Southampton
- HEINS, Marjorie; CHO, Christina (2003): Media Literacy: An Alternative to Censorship, <http://www.fepproject.org/policyreports/medialiteracy2d.html#exsum> (del 09/01/04)
- JOSEPHSON, Wendy L. (2004): Television Violence: A Review of the Effects on Children of Different Ages, Ottawa
- LIVINGSTONE, Sonia (1999): Implications for Children and Television of the Changing Media Environment: A British and European Perspective, Washington
- LIVINGSTONE, Sonia; THUMIM, Nancy (2003): Assessing the Media Literacy of UK Adults. Revisión de la literatura académica, <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/bsc/pdfs/research/litass.pdf> (del 09/01/04)
- MORRIS, Anne M.; KATZMAN, Debra K. (2003): The impact of the media on eating disorders in children and adolescents, Paediatr Child Health Vol 8 No 5, Canada
- PUNGENTE, John (sin fecha): Criteria for A Successful Media Education Program, http://www.medialit.org/reading_room/article118.html (del 09/01/04)

UNESCO (1999): Educating for the Media and the Digital Age.

<http://www.en.eun.org/eun.org2/eun/en/vs-media/content.cfm?lang=en&ov=4768> (del 09/01/04)

VARIS, Tapio (2003): New Literacies and e-Learning Competences,

<http://www.elearningeuropa.info/doc.php?lng=1&id=595&doclng=1> (del 09/01/04)

VILLANI, Susan (2001): Impact of Media on Children and Adolescents: Una investigación de 10 años en: Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry 40, USA