

# Las Redes Sociales: herramienta de alfabetización mediática de la prensa digital

Jorge CALDERA SERRANO  
Departamento de Información y Comunicación  
Universidad de Extremadura  
jcaldera@unex.es

data, citation and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

brought to you

provided by Directory of Open

Community Manager  
yo@jaleon.es

Recibido: 13/04/2012  
Aceptado: 29/04/2012

## RESUMEN

Se analiza cómo el uso de las redes sociales mejora el acceso y utilización de medios de información digitales en la red. Para ello se identifica las ventajas de las redes sociales en el ámbito de la alfabetización tecnológica, especialmente para los medios digitales, y las ventajas que ofrece en la lectura de formatos diversos presentes actualmente en los medios digitales en caso de ser usuario de las redes sociales, ya que éstas capacitan -facilitando destrezas y competencias- para el uso de medios de comunicación electrónicos.

**Palabras clave:** Alfabetización mediática, redes sociales, medios digitales, alfabetización tecnológica, TIC.

## Social Media: media literacy tool from the press

## ABSTRACT

It explores how the use of social networks improves access and use of digital media network. This identifies the benefits of social networks in the area of technological literacy, especially for digital media, and the advantages in reading different formats currently on digital media when they use social networking as these capacitance-providing skills and competencies for the use of electronic media.

**Keywords:** Media literacy, social networking, digital media, technology literacy, ICT.

## SOMOS CHISPA

Somos pura y simple chispa. Un entramado gigantesco de “*bujías bioquímicas*” que se desarrollan e interrelacionan entre sí formando lo que somos, mejor dicho, formando lo que soy. Es complicado hablar del Hombre como especie, de determinar cuándo se transforma en lo que entendemos como Hombre y cuándo es otra realidad. ¿De verdad pensamos que el Hombre de ahora es el mismo que hace diez mil años? ¿Qué hace dos mil? ¿Qué hace dos décadas? Pudiera ser muy osado y simplista contestar afirmativamente a esta cuestión, ya que las personas están en un continuo proceso de cambio y mutación, no sólo en hábitos y formas de relacionarse con otros seres y con su entorno, sino que incluso se están modificando las conexiones cerebrales derivado de lo anterior. La chispa hace que se enciendan fragmentos que hasta ahora no se encendían en nuestro cerebro, o que al menos, no estaban tan activas. Existen cambios biológicos constantes en la cadena evolutiva, o al menos, ahora parece que estos son cada vez más trepidantes.

¿Tanto nos ha cambiado el Homo Digitalis? Marc Presky denomina a esta nueva generación, nacida en las dos últimas décadas y en un entorno enormemente tecnificado y comunicado, “nativos digitales”. Estos son aquellos que han crecido rodeados de pantallas, con capacidad innata de realización y comprensión de simultaneidad de procesos que a los no nativos nos cuesta comprender. “Nativos” que funcionan a un ritmo cerebral trepidante, donde la acción, el entretenimiento, lo audiovisual hacen inviables las formas tradicionales de comunicación con éstos, ya sea en las aulas o entre iguales. Estos “nativos digitales” son muy distintos a la generación de sus abuelos, pero incluso a la de sus padres. Móvil, computadores, televisiones con múltiples opciones comunicativas, videojuegos impactantes, comunicación e interconexión por medio de la red ha sido el medio ambiente en el cual han crecido estos jóvenes. Aunque la genética es importante en los procesos cognoscitivos de adquisición de habilidades creemos que es mucho más importante el entorno –ambientalismo- en el cual se desarrollan y se crean los procesos mentales.

Los Homo Videns hemos tenido que mutar a lo que se denomina “inmigrantes digitales” (en contraposición al “nativo digital”) y éstos han tenido que realizar grandes esfuerzos, y lo seguimos haciendo, para adaptarnos a esta realidad. La interconexión constantes, la realización de actividades en paralelo, la dificultad para discernir entre lo urgente y lo importante, hacen que existan diferencias más que notables con los nativos. En Japón la mayoría de aquellos que tienen acceso a la red no es por medio de la computadora, sino por la telefonía móvil, y son principalmente jóvenes. En nuestro país, sin llegar a cifras tan “alarmantes” de la evolución tecnológica, sí que nos encontramos con el hecho de que existen formas diferentes de entender, de relacionarse, de aprender y de incluso de amar que en generaciones anteriores.

La televisión ya no es el rey del entretenimiento, no se le dedica tanto tiempo. Son otros elementos tecnológicos los que ocupan el tiempo de entretenimiento, juego,

comunicación e incluso aprendizaje de nuestros jóvenes. La televisión no es el medio por el que se accede a la información. Nuestros jóvenes acceden actualmente a la información por medio de blogs y por las redes sociales, y son éstos los primeros contactos con la información que después podrán seguir ampliando su contenido en otras herramientas informativas.

Queremos reflexionar en este trabajo sobre la importancia que tiene el uso de estas herramientas de la web social en la alfabetización mediática para el consumo de medios de comunicación digitales, y por supuesto, planteándonos este trabajo con “ojos de inmigrante digitales” pero con la vista puesta en “los nativos digitales”, que parece que han superado el problema de la alfabetización tecnológica y digital.

## **LA ALFABETIZACIÓN TECNOLÓGICA, ¿PROBLEMA SUPERADO?**

A medida que la tecnología molecular se hace omnipresente, las TIC son un requisito básico. El ecosistema digital está siendo cada vez más permeado por las tecnologías mediante las cuales se manipulan moléculas, como la nanotecnología, la biotecnología y la ciencia cognitiva y la inteligencia artificial.

Se cree que el paradigma molecular constituirá la próxima onda larga socioeconómica de la humanidad, y que convertirá al paradigma digital en condición sine quanon para el progreso socioeconómico, de la misma manera que los anteriores paradigmas del motor de combustión interna o la electricidad se han hecho indispensables para el desarrollo actual.

Se producirán cambios de paradigma tecnológico en las directrices de innovación de las TIC. En los cuatro subsistemas de TIC (interoperabilidad, almacenamiento, difusión/comunicación y computación) se observan caminos de evolución claramente definidos con paradigmas tecnológicos diferentes de los actuales paradigmas y están alcanzando sus límites.

Además, el progreso en la nanotecnología y la biotecnología parece empujar a los sistemas de TIC hacia el paradigma molecular. Esto indica que habrá cambios de paradigmas tecnológicos en las avenidas de innovación de las TIC (innovaciones disruptivas y radicales), lo que a la vez siempre ofrece una oportunidad para dar un salto cualitativo.

La convergencia de las TIC convierte a la red en computadora. La tecnología GRID se traduce en una armónica red de tecnología. Los límites entre dispositivos de transmisión de información, almacenamiento y procesamiento han comenzado a desaparecer, y la naturaleza descentralizada del sistema que se adapta convierte a la red en la computadora. Los procesos de conocimiento se distribuyen entre varios agentes, y se crean algoritmos colectivos descentralizados a lo largo de una red unificada.

Ante este desarrollo trepidante de las TIC, con un apasionante futuro, debemos pararnos y reflexionar para determinar si aquellos en los que estamos pensando a la

hora de hablar de alfabetización mediática han superado un problema previo: la alfabetización tecnológica. El concepto de Sociedad de la Información es sin lugar a dudas un término complejo y en constante evolución que se adapta y reescribe constantemente atendido a elementos geográficos, económicos, sociológicos, humanos, de raza, de etnias, de género, y de tantos y tantos parámetros que hacen que cambia su acepción y su percepción. Pero sí que parece oportuno señalar que este concepto, junto con el de Brecha digital del cual trataremos posteriormente y que está relacionado con la cuestión de la alfabetización tecnológica y/o digital, está unido al de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

Las TICs es la pieza fundamental sobre la que se vertebran y encardinan tanto la Sociedad de la Información como la utópica Sociedad del Conocimiento, y es también la que explica muy especialmente los problemas de la alfabetización tecnológica.

Está aceptado que la Brecha Digital ha sufrido varias oleadas a la hora de entenderse en su concepto y, por lo tanto, también en su desarrollo, y ahora descubriremos como está claramente relacionada dicha evolución con las TICs.

La primera ola de la Brecha Digital consiste en la posibilidad de contar con la disponibilidad de acceso a las infraestructuras necesarias para el acceso, es decir, disponer de redes de comunicación. Este primer elemento tiene que ver más con el entorno, con el ambiente económico, político y social de la zona que con las propias características del individuo.

La segunda oleada de la Brecha Digital guarda relación con acceso a los diferentes servicios que nos presta la tecnología por parte del individuo. Contar en definitiva con computadoras y con conexión para lograr la comunicación.

La tercer ola que determina y define la Brecha digital tiene relación con las destrezas, habilidades y competencias necesarias para hacer un buen uso, o al menos un uso adecuado, de estas tecnologías.

Como observarán la Brecha digital es de muy distinto calado atendido al momento en que nos subamos a la ola. La brecha digital sigue existiendo, sin lugar a dudas. En la mayor parte de África y en grandes zonas de Asia siguen buscando “el mar” para pescar y no para subirse a la ola, imposible hablar del acceso a las herramientas y mucho menos a ese conocimiento. La adquisición de los equipos es cada vez más fácil y la contratación de redes de conexión más barato y accesible.

Pero después de toda esta reflexión parece que existe una pregunta clara, ¿todos los nativos digitales son iguales?, y centrando aún más la pregunta, ¿todos los nativos digitales españoles cuentan con los mismos conocimientos y posibilidades de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación? Cuestión que debe contestarse de forma negativa. Los muchos datos facilitados de estudios de la Sociedad de la Información en nuestro país parecen evidenciar que sí tenemos superado la primera y la segunda ola (con claras y evidentes excepciones en un momento histórico donde sigue existiendo exclusión social por cuestión étnicas, de raza, dispersión geográfica...) aunque no tan claramente la tercera visión de la Brecha Digital. Contamos con las herramientas pero desconocemos cómo utilizarlas. Esto que ocurre

a los “inmigrantes digitales” en gran manera, también ocurre entre los “nativos digitales” en nuestro país. Será por medio de la alfabetización tecnológica por la cual llegaremos a solventar este problema.

**Ortega** (2009) señala que no sólo debe entender esta alfabetización desde el punto de vista instrumental sino también como herramienta didáctica para poder transformar la cantidad ingente de información disponible y dispersa en la red en conocimiento, conocimiento que no debemos entender siempre como conocimiento científico.

**Casado Ortiz** (2006) nos señala que la alfabetización digital es un proceso de aprendizaje en el cual deben adquirirse los conocimientos que son necesarios para identificar y utilizar las tecnologías de la información, facilitando herramientas para la respuesta crítica a los diversos estímulos facilitados por la red, la cual identifica como un entorno informacional con una mayor complejidad que se va incrementando con el paso del tiempo “[...]con variedad y multiplicidad de fuentes, medios de comunicación y servicios”.

No trataremos el problema de la verificación de las fuentes, pero sí parece oportuno señalar que entre esos medios de comunicación se encuentran las prodigiosas redes sociales y por supuesto los medios de comunicación digitales, entendiendo este último concepto como los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) que vuelcan sus contenidos por la red.

Las redes sociales están sirviendo como herramienta de autoalfabetización tecnológica y, con posterioridad, como alfabetización mediática.

## **EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO CON EL USO DE LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales son formas de interacción social, que cuentan con intercambios rápidos, multidireccionales, entre personas, instituciones y grupos. Unión de individuos con una misma necesidad, con un mismo fin, con ganas de intercambiar información. Y todo ello partiendo de una idea clara: la fragmentación, la creación de subconjuntos, la parcialización de la realidad social atendiendo a cientos de parámetros comunes.

Surgidas a principios de siglo han contado con una penetración en Internet, consiguiendo contar con millones y millones de personas conectadas.

Una de las grandes ventajas de las Redes Sociales es su facilidad de uso, siendo sus requerimientos previos, desde el punto de vista del aprendizaje tecnológico, prácticamente nulos.

El aprendizaje tanto tecnológico como posteriormente la alfabetización mediática ha de entenderse dentro de la teoría constructivista del aprendizaje, donde el sujeto de aprendizaje es activo, creando sus propios esquemas. Además siempre existe una base previa de conocimientos derivados del entorno social, económico, educacional, etc.

Por lo tanto, la noción de tecnología la asumimos de R. Williams (1992): “[...] una técnica es una habilidad particular, o la aplicación de una habilidad. Un invento técnico es, por consiguiente, el desarrollo de dicha habilidad, o el desarrollo o invento de uno de sus ingenios. En contraste, una tecnología es, en primer lugar, el marco de conocimientos necesarios para el desarrollo de dichas habilidades y aplicaciones y, en segundo lugar, un marco de conocimientos y condiciones para la utilización y aplicación prácticas de una serie de ingenios”, lo que supone que la idea misma de tecnología conlleva la de conocimientos, y está directamente vinculada con las ideas de habilidades y de usos (Cabello, 2000).

Y esta capacitación en el aprendizaje se basa en la repetición de acciones y la mejora en las mismas por medio de la reflexión, el razonamiento y el autodomínio de la tecnología.

**Villanueva y Casas** (2010) señalan que las competencias tecnológicas y de procesamiento informativo se clasifican de la siguiente manera, competencias que se adquieren con el uso activo de las redes sociales:

- Competencia de comunicación: lo que se traduce en la habilidad de escribir de manera fluida y con calidad.
- Competencia para el trabajo en equipo: intercambio de ideas, debate, tolerancia, etc.
- Competencia para la resolución de problemas: innovación e iniciativa.
- Competencias relacionadas con el emprendimiento y la creatividad.
- Competencias relacionadas con el contacto entre personas y su organización.

Pero aún más interesantes son las competencias tecnológicas que estos mismos autores otorgan a lo que ellos denominan e-competencias, siendo todas ellas adquiridas con el uso de las redes sociales:

- Habilidades digitales.
- Diestros informacionalmente.
- Generadores de contenidos y de nuevos contenidos.
- Adaptables para el aprovechamiento de conocimientos y tecnologías.
- Con capacidad de desenvolverse en multicontextos, con herramientas multidisciplinares y entendiendo diferentes lenguajes (textual, audiovisual, iconográfico, etc.)
- Se desempeñan multitareas de forma correcta.
- Innovadores, creativos y colaborativos.
- Capaces de desaprender lo irrelevantes para adquirir conocimientos útiles.

Estas tecnologías aportan los conocimientos necesarios para la captación y asimilación de otros conocimientos transversales, y hace del aprendizaje tecnológico un juego que no deja de ser un camino para conseguir otros logros personales como son el intercambio de información, la conexión con otros individuos o el aprendizaje autónomo, entre otras muchas opciones.

## EL APRENDIZAJE MEDIÁTICO CON EL USO DE LAS REDES SOCIALES

El nuevo tipo de consumo de los medios de comunicación ha transformado el entorno empresarial de los mass media. La superación de la brecha digital en nuestro entorno y la democratización del acceso a la red ha generado que el consumo en línea haya crecido de forma exponencial, así como la variedad y potencialidad de acceso a gran cantidad de contenidos.

No obstante, y derivado de la gran cantidad de información existente y de la multiplicación de medios, se necesita tácticas y herramientas que ayuden a un consumo eficiente de la información producida por los medios de comunicación en su formato digital.

La Alfabetización mediática se define como la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar con sentido crítico diversos aspectos de los mismos y de sus contenidos, así como de establecer formas de comunicación en diversos contextos<sup>1</sup> (Comisión, 2007). En dichos contextos están incluidos, siempre en su versión digital, la televisión, el cine, el vídeo, páginas de Internet, radio, videojuegos y comunidades virtuales (Aguaded-Gómez, 2009).

Tal y como señala la **Comisión** (2007) *“un grado elevado de alfabetización mediática [...] favorece la aparición de una economía del conocimiento y fomenta la competitividad en los sectores de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de los medios de Comunicación”*.

La relación actual entre los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales es evidente, aunque parece que sea unidireccional en lo que respecta a la integración de contenidos: de las redes sociales a los medios. Los medios de comunicación son aún muy conservadores y no se atreven a contar con las redes sociales como una fuente de información solvente y fiable, aunque ya exista algún caso en que sí se estime su importancia informativa. Eso sí, estas redes son utilizadas como forma de interacción con los usuarios por medio de charlas, consultas, comentarios por medio de las redes sociales. No como fuente de información sino como forma de comunicación.

Aunque los medios por definición son conservadores al cambio de fórmulas tradicionales, parece que han detectado que esta nueva realidad comunicativa cuenta con gran fuerza y cada vez mayor arraigo en un estrato social. Por ello, en 2005 News Corporation (Murdoch) compra MySpace, Microsoft cuenta con una participación en Facebook, y la filial de Internet de Time Warner, AOL, adquiere Bebo. *“El de las redes es un negocio del que se lucra principalmente el operador de la plataforma. El usuario paga el acceso con sus datos personales (perfil de usuario), produce gratis*

---

Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 20 de diciembre de 2007, «Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital» [COM (2007) 833 final - no publicada en el Diario Oficial].

(colabora enviando fotos, videos) y genera audiencia para la venta de publicidad. Es, por lo tanto, un triple pago: economía de afiliación, economía de la colaboración y economía de la atención” (Campos, 2008). Es un negocio cada vez más evidente también para los publicistas, que suelen ser los primeros en detectar los cambios en los modelos de negocios. En un estudio realizado en junio de 2009 el 21% de la publicidad presente en la red estaba centralizada en redes sociales (Noguera, 2010).

La alfabetización mediática en los media viene determinada por los siguientes parámetros:

- Nuevos medios de lectura y escritura.

El usuario de Internet asimila nuevas formas de leer y escribir, con modelos distantes de los tradicionales. Los medios digitales aún no han logrado el llevar a cabo una mutación a estos nuevos formatos y estándares de escritura; no obstante sí que se posibilita nuevos métodos de lectura al contar con gran cantidad de información en diversos soportes, siendo –cada vez más- la información textual un elemento más que con el tiempo dejará de ser el principal. Todo contiene información, todos los formatos de lectura, y se deberá favorecer y facilitar que el usuario discrimine su método de asimilación de conocimientos. Las redes sociales entrenan no sólo al intercambio de información multiformato sino en la asimilación conjunta de información, uniendo texto, audiovisual, audio, imagen fija para facilitar información de forma conjunta.

- Comprensión de los códigos textuales, iconográficos y audiovisuales.

Relacionado con lo anterior, las redes sociales incluyen nuevos códigos que son asimilados de forma sincrónica por el lector/usuario. Las redes sociales propician el aprendizaje no sólo de los códigos de forma aislada sino la relación que entre ellos tienen dichos códigos.

- Análisis crítico de la información.

Tras varias generaciones algo adormecidas y acomodadas, las redes sociales se nos están mostrando a nivel mundial un elemento de aprendizaje crítico hacia la información y el poder económico y político establecido. Las redes sociales están generando una actitud crítica hacia muchos sectores y también hacia los medios de comunicación. Este factor que pudiera parecer contrario a los intereses de los medios es sin lugar a duda una potencialidad para los medios digitales, siempre y cuando muestres y defiendan su imparcialidad. No toda la información es válida, no toda la información autocensurada dejará de conocerse, por lo tanto los medios han de penetrar en las redes facilitando información no sólo real sino de carácter global.

- Usabilidad de los medios.

Los contenidos de los medios digitales son similares a los medios utilizados por las redes sociales. La usabilidad, la ergonomía, la amigabilidad de los diseños son tan parecidos que ayudan, el uso de cualquiera de estas herramientas, a un mejor desenvolvimiento en la utilización de las



herramientas. Es cierto cada tanto los medios como las redes sociales son cada vez más amigables, más accesibles y mejor diseñadas, pero su cercanía hace que los usuarios de las redes se muevan por los medios sin ningún tipo de dificultad.

- Identidad virtual idealizada.

La denominada identidad virtual idealizada consiste en la creación de perfiles idealizados que reflejan la idea que uno mismo quiere facilitar a los demás, permitiendo el juego, el anonimato o la especialización. En este caso, esto hace posible la fragmentación en muchos casos de la audiencia potencia, de tal manera que aquellos que se agrupan en las redes sociales bajo un mismo tema, buscarán su reflejo en los medios de comunicación digitales, no tanto los medios tradicionales diarios de información general sino que se buscará una información especializada exhaustiva. Aquí, deberán ser los medios digitales los que se adecúen a la realidad de las redes, adaptando sus formatos, formas de hacer a los clientes potenciales.

Por lo tanto, con la alfabetización que se lleva a cabo a través de las redes sociales se puede dotar a los individuos de las competencias necesarias para comprender la imagen de lo leído y su significado, pudiendo evaluar críticamente la combinación de códigos distintos. La televisión y otros medios es esencial en este tipo de alfabetización (Siqueira, 2005), no obstante las redes sociales está siendo la antesala alfabetizadora a los nativos digitales. Teniendo en cuenta estos aspectos, el tema de la usabilidad y la interactividad del lector con los materiales digitales nos permiten entender la visión del lector a través de la teoría de la facilidad de uso, o de la alfabetización digital.

## CONCLUSIONES

Estimamos necesario una importante adaptación de los medios de comunicación a las realidades sociales. Deben cambiar su estrategia de comunicación especialmente hacia una nueva generación que está “boicoteando” los medios tradicionales de comunicación para adquirir la información por otras vías. No se puede pretender el modificar los hábitos de las nuevas generaciones, que la alfabetización mediática sirva para crear adeptos a formas tecnológicas cada vez más desechadas. Los medios no sólo deben utilizar las redes sociales como formar de dar participación a los ciudadanos, sino que deben volcar en las redes sociales sus contenidos para que sean interpretados. Se acabó la comunicación unidireccional, se acabó el medio de comunicación como un Cuarto Poder. No solo se debe dar la información, también se debe explicar y se debe interactuar. No creemos que las redes sociales sean una moda en Internet que vaya perdiendo fuelle con el paso del tiempo, sino que a los diferentes formatos de redes sociales que vayan apareciendo se sumarán nuevas generaciones de

nativos digitales que no entenderán otra forma de hacer, de ver ni de entender. Seguramente todo este trabajo pueda resumirse en la siguiente idea: la alfabetización mediática deberá ir dirigida de las redes sociales a los medios, y que no sean éstos los que intenten modificar hábitos en la sociedad. Si lo intentaran estarían cometiendo un gran error que los desbancaría. Esta fórmula puede ser una solución para la grave crisis que están teniendo los medios de comunicación, que como grandes dinosaurios les está costando dar un giro real a las nuevas fórmulas de acceso a la información, un giro real “a lo digital”.

## RECONOCIMIENTOS

Este trabajo ha sido financiado por la Junta de Extremadura (Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología) y el Fondo Social Europeo dentro del plan de apoyo a las actuaciones de los Grupos de Investigación inscritos en el catálogo de la Junta de Extremadura. GR10019.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUADED-GÓMEZ, José Ignacio (2009). El Parlamento Europeo apuesta por la alfabetización mediática. *Comunicar: Revista científica Iberoamericana en Comunicación y Educación*, núm. 32, vol. XVI, pp. 7-8.
- CABELLO, R. (2000). Aproximación al estudio de competencias tecnológicas. Ponencia presentada en las IV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, San Salvador de Jujuy. Extraído en Junio 2004 de: <http://www.littec.ungs.edu.ar/eventos/ROXANA%20CABELLO.pdf>
- CASADO ORTIZ, R. (2006). “Alfabetización tecnológica. ¿Qué es y como debemos entenderla?” En CASADO ORTIZ, R. (coord.) *Claves de la Alfabetización digital*. Barcelona: Editorial Ariel. Fundación telefónica.
- CAMPOS FREIRE, Francisco (2008). “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales”. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 63, pp. 287-293. Consultado: 1 de junio de 2011. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2007). COM(2007) 833 final. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital.
- MARTINEZ MARTINEZ, Evelio; Ascensión López, Ignacio; Serrano Santoyo, Arturo (2005). Entendiendo y definiendo la brecha digital

- <http://www.labrechadigital.org/labrecha/index.php?option=content&task=view&id=20>
- Noguera Vivo, José Manuel (2010). “Redes Sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 176-186. Consultado: 1 de junio de 2011. [http://www.revistalatinacs.org/10/art/891\\_UCAM/13\\_JM\\_Noguera.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html)
- ORTEGA SÁNCHEZ, I. (2009): La Alfabetización tecnológica”. En ORTEGA SÁNCHEZ, I. & FERRÁS SEXTO, C. (Coord.) *Alfabetización Tecnológica y el desarrollo regional* [monográfico en línea]. *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 10, nº 2. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: 16/05/2011]. [http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev\\_numero\\_10\\_02/n10\\_02\\_ortega\\_sanchez.pdf](http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_10_02/n10_02_ortega_sanchez.pdf) ISSN: 1138-9737
- VILLANUEVA, Gerardo; CASAS PÉREZ; María de la Luz (2010). E-competencias: nuevas habilidades del estudiante en la era de la educación, la globalización y la generación del conocimiento. *Signo y pensamiento*, vol. 29, núm. 56, pp. 124-138.
- WILLIAMS, Raymond (1992) *Tecnologías de la comunicación en instituciones sociales*, en Williams, R. (comp.) *Historia de la comunicación. Vol.2 De la imprenta a nuestros días*, Barcelona, Bosch, 1992.