

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 9, año 2022. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-62-4

La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España Observatorio ATIC, nº 5

Charo Sábada Chalezquer; Patricia Núñez Gómez;
José Manuel Pérez Tornero (Editores)

Separata

Capítulo 12

Título del Capítulo

«La transferencia en educomunicación. Una oportunidad transversal de los grados en Comunicación»

Autoría

María Cruz Alvarado; Eva Navarro;
Susana de Andrés; Agustín García Matilla

Cómo citar este Capítulo

Alvarado, M.C.; Navarro, E.; de Andrés, S.;
García Matilla, A. (2022): «La transferencia en educomunicación. Una oportunidad transversal de los grados en Comunicación». En Sábada Chalezquer, C.; Núñez Gómez, P.; Pérez Tornero, J.M. (eds.), *La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España. Observatorio ATIC, nº 5*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-62-4

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c12.emcs.9.p95>

Charo Sábada Chalezquer
Patricia Núñez Gómez
José Manuel Pérez Tornero
(editores)

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL

EN LAS FACULTADES DE
COMUNICACIÓN
EN ESPAÑA



Observatorio
ATIC, nº 5

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones



El libro *La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El contexto político y cultural en el que nuestras sociedades están inmersas ha puesto de manifiesto que la desinformación se difunde en los entornos digitales a velocidades inusitadas e incontrolables. Los bulos, las mentiras y las informaciones sesgadas circulan por nuestra sociedad con independencia de la gravedad de las situaciones que nos toque vivir.

Conscientes del papel que las personas dedicadas profesionalmente a la Comunicación —y en particular las facultades— pueden desempeñar para revertir esta tendencia, la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC) aborda en este volumen el estudio de esta realidad en cuanto formadores de los futuros profesionales de la Comunicación.

La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España se articula en torno a tres ejes temáticos bien delimitados:

- la alfabetización mediática en la docencia de nuestras facultades.
- la alfabetización mediática en el trabajo investigador.
- la dimensión de la transferencia de conocimiento sobre este tema.

Con este volumen, desde ATIC, animamos y promovemos la creación de redes de trabajo que incluyan a los y las profesionales de la comunicación, a los colegios y asociaciones de periodistas y publicitarios, y a la sociedad civil, sabedores de que sólo una ciudadanía educada para distinguir la verdad de la mentira en los mensajes que circulan por los medios y las redes sociales digitales, será una ciudadanía crítica con la realidad y el poder.

Sumario

Presentación <i>por María José Recoder</i>	11
--	----

1. La alfabetización mediática e informacional en la educación formal: un reto necesario <i>por Andrea Francisco Amat; Marc Pallares Piquer; Gemma Abellán Fabrés; Alessandra Farné</i>	13
1. <i>¿Qué es, cuándo y por qué surge la AMI?</i> <i>Historia de una reivindicación</i>	13
1.1. <i>AMI vs. Competencia digital</i>	15
1.2. <i>Conceptualización y elementos clave: Alfabetización comunicativa, competencias mediáticas y competencias transmedia</i>	19
2. <i>¿Por qué la AMI es crucial en la actualidad?</i>	21
2.1. <i>Avance de la sociedad informacional y digital</i>	21
2.2. <i>Saturación</i>	22
2.3. <i>Desinformación y desórdenes informativos</i>	23
2.4. <i>Identidades digitales</i>	23
2.5. <i>La metáfora del puzle y el telegrama</i>	24
3. <i>A modo de recapitulación</i>	29
4. <i>Referencias</i>	30

PRIMERA PARTE

AMI en la docencia de las facultades de Comunicación

2. Aprender y enseñar periodismo en la era del ruido digital: Retos formativos del periodismo <i>por Santiago Tejedor</i>	37
1. <i>Para 'volver a encontrar' al periodismo</i>	37
2. <i>Periodistas, formación y ruido digital</i>	38
3. <i>Algunas ideas, algunos retos</i>	40
4. <i>Conclusiones</i>	44
5. <i>Referencias</i>	44

3. La importancia de la información en la época de la desinformación.	
Fomentar el espíritu crítico de los alumnos	
<i>por Teresa Martín García; María Marcos Ramos</i>	49
1. <i>Introducción</i>	49
2. <i>El desarrollo de la competencia mediática para promover el espíritu crítico del alumnado</i>	53
3. <i>Propuestas de alfabetización mediática desde los nuevos entornos universitarios para la innovación educativa</i>	55
4. <i>Conclusiones</i>	56
5. <i>Referencias</i>	58
4. Alfabetización mediática e innovación docente.	
Hacia un enfoque crítico de la docencia de la Comunicación desde las Pedagogías visuales	
<i>por Virginia Villaplana-Ruiz; Susana Torrado-Morales; Gabriel Ródenas-Cantero</i>	59
1. <i>Introducción</i>	59
2. <i>La pedagogía visual y las competencias en alfabetización digital</i>	61
3. <i>Experiencias de alfabetización digital y pedagogías visuales en el ámbito universitario de la Región de Murcia</i>	63
4. <i>Hacia unas prácticas transformadoras: reflexión final</i>	71
5. <i>Referencias</i>	72
5. Redes sociales y AMI en la docencia universitaria: cómo adecuar la iniciativa MIL CLIKS a las Facultades de Comunicación	
<i>por Ana Pérez-Escoda; Marta Perlado-Lamo de Espinosa; Mercedes Herrero de la Fuente</i>	75
1. <i>Introducción</i>	75
2. <i>Jóvenes y redes sociales</i>	76
3. <i>Alfabetización mediática y MIL CLICKS: proyecto y fundamentos</i> ...	78
4. <i>Propuesta de aplicación en las Facultades de Comunicación</i>	81
5. <i>Conclusiones</i>	84
6. <i>Referencias</i>	85
6. Medios de comunicación y educación. La necesidad de la Educomunicación en la formación universitaria española	
<i>por Rodrigo Elías Zambrano; Mónica Barrientos-Bueno; María del Mar Ramírez-Alvarado</i>	87
1. <i>Introducción</i>	87
2. <i>Educación y sociedad digital</i>	89
3. <i>Aproximación al panorama de la Educomunicación en España</i>	95
4. <i>Reflexión final</i>	100
5. <i>Referencias</i>	100

SEGUNDA PARTE
AMI en la investigación de las facultades de Comunicación

7. Empoderamiento juvenil y ciencia ciudadana a través de la pedagogía audiovisual: el proyecto HEBE	
<i>por Manel Jiménez-Morales; Alan Salvadó-Romero; Marta Lopera-Mármol</i>	
.....	105
1. <i>Introducción</i>	105
2. <i>Huellas Digitales: la capacitación artística de los jóvenes como empoderamiento</i>	108
3. <i>Bitácoras en Órbita: la circularidad del proceso de empoderamiento</i>	110
4. <i>Conclusiones</i>	114
5. <i>Referencias</i>	115
8. Tendencias en la producción científica iberoamericana sobre alfabetización informacional y mediática	
<i>por María Pinto; Alejandro Uribe-Tirado</i>	
.....	117
1. <i>Introducción</i>	117
2. <i>Revisión de la literatura</i>	118
2.1. <i>La Alfabetización Informacional: un concepto que evoluciona</i>	118
2.2. <i>Alfabetización mediática: un camino de transformaciones</i>	121
2.3. <i>Alfabetización mediática e informacional (MIL): una integración necesaria</i>	124
3. <i>Metodología</i>	126
4. <i>Resultados</i>	128
4.1. <i>Análisis cuantitativo-descriptivo</i>	128
4.2. <i>Análisis cualitativo-conceptual</i>	132
5. <i>Conclusiones y recomendaciones</i>	136
6. <i>Referencias</i>	139
9. La alfabetización mediática de las plataformas digitales: el caso Twitch	
<i>por Gema Lobillo Mora; Antonio Castro Higuera; José Patricio Pérez Rufi; Miguel de Aguilera Moyano</i>	
.....	149
1. <i>Introducción</i>	149
2. <i>Objetivos y metodología</i>	151
3. <i>Resultados de la investigación</i>	152
3.1. <i>Análisis de la plataforma</i>	152
3.2. <i>Análisis de contenido de Escuela de Creadores Twitch</i>	153
4. <i>Discusión y conclusiones</i>	155
5. <i>Referencias</i>	157

10. Alfabetización mediática para el fomento de las vocaciones STEM de niñas y adolescentes a través de la ficción seriada	
<i>por Marta Narberhaus; Rebeca Pardo</i>	159
1. <i>Series, personajes femeninos y vocaciones STEM</i>	159
2. <i>«Efecto CSI» y «efecto Skully»</i>	162
3. <i>Doctoras y enfermeras, pero no físicas, ingenieras o informáticas</i>	162
4. <i>El papel de la alfabetización mediática</i>	163
5. <i>Visibilización de las STEM en los medios para la motivación y desde el autoconcepto positivo</i>	165
6. <i>Referencias</i>	166

TERCERA PARTE

AMI en la transferencia de las facultades de Comunicación y de los profesionales de la comunicación

11. La Associació Ciutadania i Comunicació (ACICOM) y la alfabetización mediática en el País Valenciano	
<i>por José Ignacio Pastor Pérez; Francesc-Andreu Martínez Gallego</i>	171
1. <i>Sobre los orígenes</i>	171
2. <i>Dieta mediática y educomunicación</i>	174
3. <i>Puntos fuertes, puntos débiles</i>	177
4. <i>Referencias</i>	181
12. La transferencia en educomunicación. Una oportunidad transversal de los grados en Comunicación	
<i>por María Cruz Alvarado; Eva Navarro; Susana de Andrés; Agustín García Matilla</i>	183
1. <i>Antecedentes</i>	183
2. <i>Un concepto de transferencia social</i>	185
3. <i>Investigaciones que contribuyen a la labor de transferencia social educomunicativa</i>	189
4. <i>Algunas estrategias docentes diseñadas con vocación de transferencia en la UVA</i>	191
5. <i>Coda final</i>	192
6. <i>Referencias</i>	193
13. El Factor Relacional aplicado a las competencias periodísticas: plataformas de trabajo con estudiantes	
<i>por Carmen Marta-Lazo; José Antonio Gabelas Barroso</i>	197
1. <i>Factor Relacional en el contexto de las competencias digitales</i>	197
2. <i>Intermetodología y competencias periodísticas digitales</i>	202
2.1. <i>Dimensión instrumental</i>	202
2.2. <i>Dimensión cognitiva</i>	202

2.3. <i>Dimensión actitudinal</i>	203
2.4. <i>Dimensión axiológica</i>	203
2.5. <i>Dimensión emprendedora</i>	204
2.6. <i>Dimensión holística</i>	204
3. <i>La plataforma digital Entremedios, un ejemplo de aplicación del Factor Relacional al aprendizaje de competencias periodísticas</i>	205
4. <i>Referencias</i>	207
14. Alfabetización mediática y transferencia de resultados de investigación con modelo cuádruple hélice	
<i>por Victoria Tur-Viñes</i>	209
1. <i>La alfabetización mediática como proceso de innovación</i>	209
<i>El modelo de cuádruple hélice</i>	209
2. <i>La audiencia informada</i>	210
3. <i>Alfabetización mediática</i>	212
4. <i>El caso de la calificación de programas infantiles en España</i>	214
5. <i>Referencias</i>	216
Epílogo. Horizontes para la alfabetización digital en las Facultades de Comunicación	
<i>por Charo Sádaba; Patricia Nuñez-Gómez;</i>	
<i>José Manuel Pérez Tornero</i>	219
1. <i>Una alfabetización digital</i>	220
2. <i>Retos para las Facultades de Comunicación</i>	222
2.1. <i>Retos en el ámbito docente</i>	223
2.2. <i>Retos para la investigación</i>	223
3. <i>Referencias</i>	224

La transferencia en educomunicación. Una oportunidad transversal de los grados en Comunicación

María Cruz Alvarado

Eva Navarro

Susana de Andrés

Agustín García Matilla

Universidad de Valladolid, Campus María Zambrano, Segovia

1. Antecedentes

Los estudios universitarios de información y comunicación no se inician en España hasta 1971, dando forma a las facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación que fueron incluyendo progresivamente estudios de Periodismo, Comunicación audiovisual y Publicidad y RR.PP. En los primeros planes ofertados, más allá de alguna materia dedicada a la ética y a la deontología profesional, no se recogía la preocupación explícita por la dimensión educativa de los medios, que era incipiente ya en el contexto internacional.

Aunque en los años sesenta del pasado siglo, la Unesco cuenta ya con documentos que hablan del concepto de *New Educational Media in Action* (Unesco, 1967), el concepto de *Media Education* no se comienza a utilizar hasta la segunda década de los setenta (Unesco, 1977), para asentarse en los ochenta (Unesco, 1984a) y ampliarse al de «Educación en materia de comunicación» (Unesco, 1984b), previo al del término compuesto «Educomunicación», que actualmente identifica a los estudios específicos del campo. Incluso en España hubo ya en los años setenta experiencias en este terreno y esto permitió a la institución privada que lideró una de esas iniciativas pioneras, SOAP-ESCO, publicar un libro en el que, por primera vez, se planteaba un modelo curricular para la educación mediática (Minkkinen, 1978).

No obstante, en las facultades de Ciencias de la Información y Comunicación españolas, la educación mediática, la educomunicación y el campo más específico de la educación en competencia mediática, salvo contadas excepciones, no se incorporarán a grados y posgrados hasta que, en el contexto audiovisual y digital, no se empiecen a utilizar los conceptos de alfabetización audiovisual y multimedia, y más recientemente, el de alfabetización mediática e informacional.

Las excepciones de anticipación se dieron en trabajos pioneros de algunos profesores de comunicación como Joan Ferrés, Pablo del Río, Manuel Alonso

Erausquin o Agustín García Matilla y casi siempre partiendo de contextos educativos de colaboración con profesionales de la comunicación y de la educación. Ferrés, por su experiencia como director de Audiovisuales en EDEBÉ; Pablo del Río y Manuel Alonso, por su experiencia en el Servicio de Orientación de Actividades Paraescolares (SOAP, más tarde ESCO) junto a otros profesionales como Luis Matilla, Miguel Vázquez Freire y Francisco Climent y, Agustín García Matilla, por sus colaboraciones en la UNED con el profesor de educación Roberto Aparici. Estos profesores obtienen en diferentes contextos una experiencia que posteriormente volcarán en su labor docente e investigadora creando escuela en diferentes universidades: Pompeu Fabra de Barcelona, Salamanca, Complutense, Carlos III de Madrid y Universidad de Valladolid, respectivamente, y en sucesivos períodos.

Tanto en la época de pionerismo, como en la actual —de supuesta incorporación de los conceptos de educación mediática, educomunicación, educación en competencia mediática y alfabetización mediática e informacional—, la labor de transferencia comienza y cobra vigencia con la transmisión de conocimientos al propio ámbito de un personal docente e investigador que, en muchas ocasiones, desconoce u obvia los esfuerzos previos realizados a lo largo de décadas. Es habitual leer textos en los que parece que estos conceptos sean absolutamente nuevos y que no haya existido una larga trayectoria que ha implicado a profesionales de Universidad de diferentes generaciones, con experiencias de transferencia que podríamos denominar de nivel «0».

Entre aquellas iniciativas, el Festival de Cine para la Infancia y la Juventud, CERINTERFILM, con sede en Gijón (Asturias), es el primero en hacerse eco de la importancia de la alfabetización audiovisual. A principios de los años ochenta se crea la Oficina Permanente de Pedagogía de la Imagen (OPPI) en la que se dieron cita anualmente muchos profesionales de la educación y autores pioneros en estos desarrollos en España. Más adelante, en A Coruña, se crearía Pé D'Imaxe, que representa el primer encuentro de académicos españoles con expertos latinoamericanos como Mario Kaplún o Guillermo Orozco. Esta iniciativa, coordinada por Manuel González y Rosario Belda, entre otros, contó con la participación de docentes como Miguel Vázquez Freire y futuros profesores de Ciencias de la Información como Luis Álvarez Pousa, por aquella época Director General de Cultura de la Xunta de Galicia, e impulsor del Archivo d'Imaxe e Son. Más adelante, Cinema Jove, de Valencia, trató de continuar con el espíritu de sus antecesoras, convocando a los pioneros de la pedagogía de la imagen en nuestro país. Estos y otros encuentros entre profesorado de las áreas de educación y de periodismo, comunicación audiovisual y publicidad, celebrados en las dos últimas décadas del siglo pasado, sirvieron de germen para posteriores desarrollos de este campo de especialización. La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España ha recogido recientemente parte de esa herencia (Lara *et al.*, 2018).

Ya en el siglo actual hay que mencionar la celebración de importantes congresos internacionales que han contribuido decisivamente a la divulgación de la educomunicación y a la maduración del concepto de competencia mediática. El primero se celebró en 2011, en el Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid, con la coordinación de las Áreas de Educación y de Comunicación Audiovisual y Publicidad de este Campus, bajo el enunciado de «Educación Mediática y Competencia Digital». La cultura de la participación¹ (Aparici; García-Matilla, 2016). En 2013, la Universitat Oberta de Catalunya organiza en Barcelona «Ludoliteracy, Creación colectiva y aprendizaje, II Congreso de Educación Mediática», dando continuidad al anterior. Segovia repetiría sede en 2017 con la III edición del Congreso de Educación Mediática y Competencia Digital.²

Un año antes se habían celebrado el Primer Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento, con sede en Sevilla, y el congreso Communication and Education by transmedia en la Universidad de Girona. La Red ALFAMED, con implantación en numerosos países de América Latina, con más de 200 miembros asociados y una implantación en 16 países, ha organizado hasta la fecha seis congresos de carácter internacional, lo que ha generado numerosas publicaciones, siendo la última *Educomunicación y empoderamiento en el nuevo mundo post-covid* (Aguaded; Pérez-Rodríguez, 2021).

Estas experiencias han sido un trampolín que ha servido a la transferencia de conocimientos.

2. *Un concepto de transferencia social*

Tal como se recoge en la Ley de Universidades modificada de 2007, la labor de transferencia forma parte de la misión de estas instituciones:

La universidad desarrollará una investigación de calidad y una gestión eficaz de la transferencia del conocimiento y la tecnología, con los objetivos de contribuir al avance del conocimiento y del desarrollo tecnológico, la innovación y la competitividad de las empresas, la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, el progreso económico y social y un desarrollo responsable equitativo y sostenible, así como garantizar el fomento y la consecución de la igualdad (Gómez Sal, 2016).

Nos proponemos ampliar el concepto de transferencia social recogido en la ley, entendiendo que esa labor con la sociedad implica siempre una educomunicación, y aplicarlo aquí para citar algunas iniciativas que pueden ayudar a

¹ <https://www.educacionmediatica.es/>

² <https://bit.ly/3BGHNh6>

tener una visión global de lo que podrían ser orientaciones futuras en nuestras facultades y su extensión, primero a la comunidad universitaria y profesional, en este caso del campo de la comunicación y la educación y, posteriormente, al conjunto de la sociedad.

La ley incide especialmente en la vinculación entre transferencia y la necesidad de promover un desarrollo social responsable, equitativo y sostenible, actualmente guiado por los ODS y la Agenda 2030, y con el que deben comprometerse el sistema mediático y las entidades responsables de la formación de profesionales del sector.

Por su parte, la Universidad Autónoma de Barcelona define en su web el concepto de transferencia como «el proceso colaborativo que permite transmitir a un tercero el conocimiento generado en la universidad, para que este usuario pueda aplicarlo a sus finalidades en un entorno socioeconómico».³ El nudo gordiano de la cuestión estriba en que muchas veces no hay una transferencia real de ese conocimiento lo suficientemente eficaz. Esto hace que los avances de las investigaciones ofrezcan lagunas, se ralenticen, y que la colaboración entre grupos de investigación no fluya como debería. Además, las Facultades de Comunicación siguen sin incorporar a sus planes de estudios competencias y contenidos que preparen en estos ámbitos al alumnado (Ferrés; Masanet, 2015). Por lo tanto, queremos resaltar aquí la necesidad de cuidar ese primer nivel de transferencia centrado en los ámbitos académico y profesional. La UAB distingue en esa labor dos territorios: el de la investigación y el de la divulgación, insistiendo en que la investigación universitaria debería colaborar con las entidades que se benefician de su labor investigadora.

Pongamos el ejemplo de una de las iniciativas pioneras realizada por un equipo de PDI y profesionales de la UNED y de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, que puede considerarse el primer curso multimedia semipresencial, con finalidad educocomunicativa, diseñado y producido entre 1985 y 1990, teniendo continuidad hasta comienzos de la segunda década de este siglo (Aparici *et al.*, 1987). El curso se produjo como un proyecto de investigación-acción, y fue modélico en su género al no existir ninguna otra iniciativa en esa época, con un diseño de documento integrado con producción de material escrito, libros, guías didácticas, vídeos, programas de radio y audiocasetes; centrado en el análisis, producción y aprovechamiento educativo, social y cultural de los medios de comunicación, y con el objetivo finalista de incentivar la producción de los estudiantes matriculados e incorporar a la propia estructura del curso esas producciones.

La labor de transferencia se generaba al trasvasar conocimientos generados desde la investigación en el diseño de un documentos integrados. Las producciones que los estudiantes realizaban servían a la vez a su propia labor de

³ <https://serveis.uab.cat/cit/es/content/qu%C3%A8-%C3%A9s-transfer%C3%A8ncia>

enseñanza y eran conocidas y selectivamente distribuidas al resto del estudiantado. El curso seguía el modelo EMIREC (Cloutier, 1975) y tenía como objetivo formar al profesorado de todos los niveles educativos para que pudieran vincular los conocimientos adquiridos a su propia acción docente. En esa época, los propios profesores de las Facultades de Ciencias de la Información no contaban con materiales accesibles que explicaran el lenguaje de la imagen con ejemplos procedentes del cine, el vídeo, la televisión, la fotografía, la publicidad y la prensa escrita, con lo que este curso representaba también un modelo metodológico coherente, al explicar la aplicación práctica de las teorías educomunicativas. El diseño y producción de este curso sirvió para que profesorado de Facultades de Ciencias de la Información pusiera en práctica metodologías educomunicativas y se beneficiaran de los materiales de este modelo multimedia. También para aprender a aprovechar didácticamente unos medios audiovisuales que desarrollaban contenidos concebidos como documentos integrados; con un objetivo prioritario de educar en el pensamiento y la actitud crítica, con nociones sobre el lenguaje de la imagen y, en un segundo plano, de conocimiento técnico de los medios, presentando contenidos útiles y estructurados para el análisis de la imagen y explicando conceptos orientados a la creación y la producción audiovisual. La tarea de transferencia priorizó aquí la labor de formación del profesorado de diferentes niveles educativos, nutrió de materiales a quienes ejercían la docencia en las facultades de Ciencias de la Información e, incluso, a la radiotelevisión pública de ámbito estatal, ya que algunos de los vídeos producidos se emitieron en La 2 de TVE; y los programas de radio también se emitieron en RNE y fueron utilizados por docentes del IORTV como material útil en su enseñanza.

Por otra parte, la publicación que más ha hecho recientemente por la transferencia de la investigación en el desarrollo de la educomunicación en España e Iberoamérica, ha sido *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*. Liderada por Ignacio Aguaded, editor jefe y presidente del Grupo Comunicar con sede en Huelva, cuenta con la participación de cerca de una decena de profesoras y profesores de las áreas de comunicación de las facultades españolas en su comité científico. Otras revistas que han dado también cada vez mayor impulso a la educomunicación con protagonismo en sus consejos de redacción y comités científicos de profesorado de las facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación españolas, han sido: *Icono 14* (editores: Francisco García y Manuel Gertrúdx Barrio), *Mediterránea* (editora: Victoria Tur-Viñes y co-editora: Carmen Marta-Lazo), *Revista Latina de Comunicación Social* (director, José Manuel Barquero) y *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (director, Manuel González Sande; coordinadora editorial: Miriam Rodríguez Pallarés). Precisamente en esta última revista se publicó en 2020 un artículo de imprescindible lectura para el tema que abordamos y que en sus conclusiones determina que:

La alfabetización mediática avanza como disciplina que abarca competencias, conocimientos y capacidades de comprensión con el objetivo general de no limitarse al aprendizaje de herramientas y tecnologías sin apoyar el pensamiento crítico que ayude a discernir y analizar la realidad, obviando los mensajes manipuladores. En este sentido se expresa la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo (Chaparro; Espinar; Mohammadiane, 2020: 1367).

Este texto es clave para entender esa misión de transferencia. En él se recuerdan aspectos de la formación no reglada en alfabetización mediática y los indicadores de resultados cualitativos en el emergente campo de investigación de los niveles de competencia mediática de la población. Lo más relevante es la definición de indicadores que se apuntan en su propio enunciado, tras aludir a referentes como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, artículos 19 y 21, la Nueva Directiva Audiovisual Europea (Directiva UE 2018/1808) o la Ley 7/2010 de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), pendiente aún de ser suplida por otra posterior. Entre los referentes citados, como aportaciones más significativas sobre competencia mediática, se alude al *Assessment Criteria for Media Literacy Levels*.

Hay que recordar, sin embargo, que ya en 2007, el profesor Joan Ferrés convocó en la Pompeu Fabra, con la colaboración del Consell del Audiovisual de Cataluña (CAC), a investigadores e investigadoras de las 17 comunidades autónomas españolas, para colaborar en un diseño de investigación que iba a permitir definir las dimensiones de la competencia mediática. Cinco años después los resultados de esa investigación germinal se plasmaron en el libro *Competencia Mediática, investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España* (Ferrés *et al.*, 2011) —en una coedición entre el Ministerio de Educación y el CAC—, que contó con 47 participantes de Facultades de Comunicación y de Educación de toda España. En dos publicaciones posteriores (Ferrés; Piscitelli, 2012), (Ferrés, Aguaded; García-Matilla, 2012), se actualizan esas mismas dimensiones que quedaron definidas como: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, e ideología y valores. En el mismo año, Pérez-Tornero y Delgado proponen diez dimensiones que quedan estructuradas en (citado por Chaparro *et al.*, 2020):

Expresión, comprensión y conocimiento, y que se resumen en la atención a los procesos de acceso y búsqueda de información; a los lenguajes; a la recepción y comprensión de estos; a las tecnologías que los difunden; a la producción; política e ideología de las industrias mediáticas y a la participación ciudadana y creativa.

Ambas propuestas se anticipan a algunas de las ideas expresadas en la última Directiva Audiovisual Europea (Directiva UE 2018/1808), que recomiendan no centrar la enseñanza de competencias en aspectos tecnológicos, y sí hacerlo

en el fomento de la actitud crítica y en el ejercicio creativo de las personas destinatarias de la formación. Lo importante de las propuestas que reúnen a un número tan amplio de personal de investigación es que cumplen con el objetivo de hacer pensar a la propia comunidad científica y responden a ese primer nivel de acción imprescindible, vinculado con una idea previa de transferencia e intercambio entre los propios académicos y académicas.

Citamos, como ejemplo de transferencia integral, el proyecto dirigido por Víctor Sampedro, de la URJC: *Dietética digital. Para adelgazar al Gran Hermano* (Sampedro, 2018) definido por él mismo como «de autoayuda y auto-defensa, para tiempos de sobreabundancia y saturación virtual». ⁴ El proyecto en su conjunto y el libro en particular denuncian manipulaciones, prometen soluciones y se estructuran desde un concepto de grupo de trabajo interdisciplinar. Esta iniciativa cuenta con la existencia de un blog propio en un periódico de referencia y una página web y, adaptada al actual contexto digital, recuerda a algunas de las experiencias educomunicativas pioneras en nuestro país, y es ejemplo también de transferencia interactiva.

3. Investigaciones que contribuyen a la labor de transferencia social educomunicativa

En el campo de la investigación vamos a poder destacar sólo algunos proyectos significativos que, dadas las limitaciones espaciales, ni siquiera podremos abarcar en toda su extensión. El titulado *La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital: diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales, enseñanza universitaria, enseñanza obligatoria y profesionales de la comunicación*, con las respectivas coordinaciones de los subproyectos liderados, respectivamente, por la Universidad de Huelva (IP Ignacio Aguaded), Universidad Pompeu Fabra (IP, Joan Ferrés) y Universidad de Valladolid, (IP, Agustín García Matilla), que dio como resultado la producción de tres publicaciones con vocación de transferencia de resultados (Ferrés; Masanet, 2015); (Pérez Rodríguez *et al.*, 2015; Buitrago; Navarro; García Matilla, 2015). El nuevo I+D+I *Competencias Mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en el ámbito profesional de la comunicación*, ha servido para dar continuidad en los siguientes años a una línea que se vincula con el proyecto INTERNETICA, del que es IP el profesor de la UVA, Alfonso Gutiérrez.

En 2018, Pérez-Tornero, Giraldo-Luque, Tejedor-Calvo y Portalés-Oliva, desarrollaron una propuesta de indicadores para evaluar las competencias de alfabetización mediática en las administraciones públicas. Este es un ejemplo palpable de transferencia social centrado en dar soluciones a problemas con los que cuentan las instituciones. Además de diagnosticar los problemas a los

⁴ <https://dieteticadigital.net/>

que se enfrentan los funcionarios en su entorno laboral, la citada investigación no se limitó a enfrentarse a problemas meramente tecnológicos, sino que abordó aspectos como el fomento de habilidades para acceder a fuentes informativas variadas, nociones relativas a las diferentes regulaciones en materia audiovisual, interacciones con los medios y participación ciudadana.

Otra investigación significativa ha sido diseñada por un equipo liderado por las profesoras Martínez Bravo, Sádaba Chalezquer y por el profesor Serrano Puche (2020), de la Universidad de Navarra. En ella se definen las dimensiones de la alfabetización digital en los marcos de competencias del siglo XXI, estableciendo 6 dimensiones: cognitiva, crítica, operativa, social, emocional y proyectiva.⁵ Las autoras y coautor del artículo que se cita, explican así su objetivo:

La presente investigación explora la alfabetización digital y sus competencias en siete marcos de referencia o «frameworks» internacionales de competencias del siglo XXI de diferentes instituciones e iniciativas: Unesco, Unión Europea, ATCS, P21, NETS, NAEP, En Gauge. Si bien el objetivo de estudiar estos documentos es bastante más amplio, el presente estudio en proceso explora las dimensiones de las competencias y su consistencia entre propuestas, con el fin de, a partir de sus similitudes y diferencias, construir un marco integrado de la alfabetización digital.

En ella se citan como referentes otros trabajos de autores españoles e internacionales, lo que nos da pie para seleccionar a uno de los autores que con mayor profundidad han abordado el ámbito de las competencias transmedia, el profesor de la Universidad Pompeu Fabra, Carlos Alberto Scolari. Su publicación *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*, marca un paso adelante y define algunas acciones de transferencia vinculadas con la investigación y la innovación. En ella define el tránsito que va del alfabetismo mediático al alfabetismo transmedia, atendiendo a múltiples variables, con un desglose de competencias de: producción, gestión, performativas, con los medios y las tecnologías, narrativas y estéticas, prevención de riesgos, ideología y ética, y de aprendizaje informal. Además, añade una descripción orientativa de medios y plataformas muy útil para enfrentarse a las que se han identificado como más representativas de los consumos de las dietas mediáticas de los jóvenes.

Como vemos, el tema de la transferencia de las competencias en las alfabetizaciones múltiples abre un camino lleno de oportunidades, que algunos autores han vinculado con el denominado factor relacional (Marta-Lazo; Gabelas, 2016).

⁵ <https://redalfamed1.wixsite.com/redesy Ciudadania>

4. *Algunas estrategias docentes diseñadas con vocación de transferencia en la UVA*

La Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid, en el Campus María Zambrano en Segovia, cuenta con una titulación de Publicidad y Relaciones Públicas con asignaturas que abordan contenidos de Educomunicación y se han concebido con vocación de transferencia. El caso más significativo es el de *Comunicación, Educación y sociedad, en el contexto digital* (García-Matilla, 2016). Esta asignatura se incorporó al nuevo plan de estudios inaugurado en el curso 2009/10. Ha sido la pionera en abordar directamente contenidos relacionados con este campo de la alfabetización mediática e informacional de entre todas las facultades españolas con estudios de comunicación. Se imparte como troncal en el primer curso de la titulación y además de estudiar las aportaciones teóricas realizadas por los más importantes autores de la educomunicación en el mundo, tiene una orientación práctica que lleva a los estudiantes a realizar su propia bitácora (un diario personal que puede ser artesanal o en una red social) de seguimiento del curso. Cada estudiante o equipo realiza una práctica final vinculada con el proyecto «Huellas de la Ciudad», en el que artistas de diferentes especialidades visitan el aula para dialogar con el estudiantado e intercambiar ideas motivadoras que incentivan la creatividad. Al final cada estudiante escoge el medio en el que desea realizar su práctica final. En el primer año de la implantación de la asignatura, los estudiantes tuvieron oportunidad de escuchar a creadores como el pintor Antonio López y exponer sus trabajos. En años sucesivos, profesionales de la creación (arte, cine, teatro) han visitado las aulas para dialogar con estudiantes de primer curso del grado en Publicidad y RR.PP. (García-Matilla; Navarro, 2011; Buitrago, Navarro; García-Matilla, 2014; Navarro, 2019b). Este es un ejemplo de asignatura que incluye actividades que promueven la transferencia del trabajo realizado en las aulas hacia el exterior. En el año 2015 se exhibió una exposición antológica de trabajos abierta a la ciudad que no sólo recogió una selección de prácticas realizadas en el proyecto «Huellas de la Ciudad», también se expusieron los trabajos realizados en asignaturas del Laboratorio de Fotografía Publicitaria, Publicidad Interactiva y Publicidad e Igualdad. Hay que reseñar que, en esta última asignatura, al igual que en las vinculadas con Ética y Deontología de la Comunicación, el alumnado ha generado campañas de desarrollo social, democracia participativa y contra la violencia de género en la ciudad de Segovia.

También el Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas, desarrolla actividades de transferencia y cooperación con instituciones de la ciudad orientadas a los ODS (Alvarado; de Andrés, 2014), y cuenta con una asignatura de educomunicación como *La Acción educativa en la Comunicación con Fines sociales*. Temas como el cuidado del medio ambiente, los movimientos sociales, la lucha contra el racismo, la defensa de los de-

rechos de las mujeres, la eliminación de la violencia de género, la xenofobia o la homofobia; el papel social del marketing, las redes digitales y las *fake news*, entre otros muchos fenómenos, son objeto de reflexión de un máster en el que participan estudiantes de diversos países con la motivación de contribuir a un mundo mejor. Por su parte, el Ethic-Ad-Lab ha sido incluido en el dossier creado por REDS (Red Española de Desarrollo Sostenible) *Implementando la Agenda 2030 en la universidad. Casos inspiradores de educación para los ODS en las universidades españolas*.

Queremos mencionar experiencias de transferencia de prácticas e investigaciones de educomunicación desarrolladas por profesoras del Campus María Zambrano desde perspectivas feministas y ecofeministas, contribuyendo así a reforzar la urgencia de incorporar estos enfoques a la formación y la enseñanza de la comunicación mediática y digital (Navarro, 2016, 2018 y 2019a) (Fueyo; de Andrés, 2017), en la estela de los ODS y desde la revisión de los propios conceptos de igualdad, empoderamiento y desarrollo, incidiendo en la necesidad de unos medios que contribuyan a crear una ciudadanía más igualitaria y ecológicamente más responsable. Algunas de estas experiencias son, por ejemplo, el Cineforum Alice Guy, que forma parte del Proyecto de Innovación Docente Cine, Derechos Humanos y Educación para la igualdad, en el que participamos quienes firmamos este artículo, junto a profesorado de las áreas de Publicidad y de Educación. De clara vocación educomunicativa, además de homenajear a la primera cineasta de la historia, pretende debatir sobre la vulneración de los derechos humanos de mujeres y niñas en todo el mundo a partir de actividades en las aulas, una exposición y proyecciones abiertas a la ciudad de Segovia.

Otro proyecto con una clara orientación de transferencia es #ComMujeres, coordinado por la profesora Gema Martín, que, a través de acciones diversas, aborda el papel de las mujeres en las TIC como creativas, emprendedoras o ciberacosadas, y pretende contribuir a la reflexión, denuncia y disminución de la brecha digital de género. Este proyecto incluye anualmente una exposición con trabajos creativos de estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas. Terminamos con la mención al proyecto Bibliotecas en Igualdad, impulsado por la Asociación Clásicas y Modernas, al que se unió en 2020 la biblioteca del Campus María Zambrano.

5. *Coda final*

Nunca antes como en el contexto actual ha tenido nuestro país tantas oportunidades para lanzarse a un proyecto de transferencia que utilice la Radio-televisión Pública y todas sus plataformas en apoyo de una Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) que beneficie al conjunto de la sociedad. El nombramiento del profesor José Manuel Pérez Tornero como presidente

de la Corporación RTVE permite tener una justificada esperanza y, en esta coyuntura, las facultades de Ciencias de la Información y de Comunicación deberían hacer una alianza para servir de forma coordinada a este objetivo. El nuevo Presidente de la Corporación ha defendido desde finales del pasado siglo que la alfabetización mediática, debe ser uno de los objetivos prioritarios de la Radiotelevisión Pública, una visión que ha sido compartida por diferentes autores y autoras de nuestro país desde hace muchos años (Alonso; Matilla; Vázquez, 1981; Ferrés, 1996; Aguaded, 1999; García-Matilla, 2003; Gómez-Montano, 2006; Aparici, 2010; Lamuedra, 2012).

A esta tarea deberían contribuir unos profesionales de la información y de la comunicación que sufren desde hace muchos años las consecuencias de una crisis profunda. Sólo una ciudadanía formada y crítica podrá volver a reivindicar la importancia de contar con un periodismo comprometido con la verdad y unos medios de comunicación que apuesten por la calidad y crean en su importante papel como fuentes de información creíble y de apoyo a la cultura y la educación. Acabamos este capítulo insistiendo en el gran reto y a la vez la oportunidad que se nos plantea.

Referencia del proyecto

Proyecto INTERNÉTICA. Convocatoria de Proyectos I+D+i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de 2019 (PID2019-104689RB-100).

6. Referencias

- Aguaded, I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y competencia televisiva en niños y jóvenes*, Barcelona: Paidós.
- Aguaded, I.; Pérez-Rodríguez, A. (2021): *Educomunicación y empoderamiento en el nuevo mundo postcovid*, Valencia: Tirant Humanidades.
- Alonso, M.; Matilla, L.; Vázquez, M. (1981): *Los teleniños*, Barcelona: Laia.
- Alvarado, M.C.; de Andrés, S. (2014). Innovación e integración curricular de los nuevos perfiles en relación a la comunicación para el desarrollo y la solidaridad. En García-López, M.; García-Galindo, J.A.; Huerta, M.A. (coords.). *El papel de la Universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano*. Madrid: Fragua, pp. 133-146.
- Aparici, R. (coord.) (2010): *Educomunicación: más allá del 2.0.*, Barcelona: Gedisa.
- Aparici, R.; García-Matilla, A. (2016). «¿Qué ha ocurrido con la educación en comunicación en los últimos 35 años? Pensar el futuro». *Espacios en Blanco. Revista de Educación*, (26), pp. 35-57. <https://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=384547076003>
- Aparici, R.; García-Matilla, A.; Valdivia, M. (1987). *Curso de iniciación a la lectura de la imagen y al conocimiento de los medios Audiovisuales*. Madrid: UNED.
- Buitrago, A.; Navarro, E.; García Matilla, A. (Eds.) (2015): *La educación Mediática y los profesionales de la Comunicación*, Barcelona: Gedisa.
- Buitrago, A.; Navarro, E.; García-Matilla, A. (2014): «Comunicación, Educación y Sociedad. Una experiencia de educación mediática pionera en España», En ELEA, I (Ed.) *Agentes e voces. Um panorama da Mídia-Educação no Brasil, Portugal e Espanha*, Gothenburg: The International

- Clearinghouse on Children, Youth and Media and Nordicom, pp. 279-287.
- Cloutier, J. (1975): *L'Ere d'emerec ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média*, Montreal: Les Presses de l'Université de Montreal.
- Chaparro-Escudero, M.; Espinar-Medina, L.; El Mohammadiane-Tarbift, Á. (2020): «La formación no reglada en Alfabetización Mediática y los indicadores de resultados cualitativos. Investigación aplicada al Plan de Fomento de lectura de prensa y alfabetización en medios de Andalucía». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (4), pp. 1353-1369. <http://dx.doi.org/10.5209/ esmp.69499>
- De Andrés, S.; Moraes, R.M.; García-Matilla, A. (2018): «Competencias éticas mediáticas en entornos digitales». En Aguaded, I.; Romero-Rodríguez, L.M.: *Competencias mediáticas en medios digitales emergentes*, Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 51-69.
- Fueyo, A.; De Andrés, S. (2017): Educación mediática: un enfoque feminista para deconstruir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes*, 19 (2), pp. 81-93.
- Ferrés, J. (1996): *Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Barcelona: Paidós Ibérica.
- Ferrés, J.; Masanet, M.J. (2015): *La educación mediática en la Universidad Española*, Barcelona: Gedisa.
- Ferrés, J.; García-Matilla, A.; Aguaded, I.; Fernández Cavia, J.; Figueras, M.; Blanes, M. (2011): *Competencia Mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación, ITE y Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Ferrés, J.; Piscitelli, A. (2012): «La competencia en educación mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores», *Comunicar*, XLIX, (38), pp.75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Ferrés, J.; Aguaded, I.; García-Matilla, A. (2012): «La competencia mediática de la ciudadanía española. Competencias y retos», *Icono* 14, 10 (2), 23-42. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.201>
- García-Matilla, A.; Navarro-Martínez, E. (2011): «Huellas de la ciudad: un proyecto de innovación investigadora en la didáctica de la Educomunicación». En Mateos, C.; Ardèvo, A.I.; Toledano, S.: *La comunicación pública, secuestrada por el mercado*. La Laguna, Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación, p. 132, 1-11.
- García-Matilla, Agustín (2016): «Estudiar comunicación en la Universidad de Valladolid». En González-Martínez, M.; Berrocal, S.; Martínez-de la Guardia, R.; Pérez-Sánchez, G. (Dirs) *Estudios en homenaje al profesor Celso Almuíña Fernández. Historia, Periodismo y Comunicación*, Valladolid: Universidad de Valladolid, pp.645-653.
- García-Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*, Barcelona: Gedisa.
- Gómez-Montano, A. (2006): *La manipulación en televisión*. Madrid: Editorial Espejo de tinta.
- Gómez-Sal, J.C. (2016): La función de transferencia en las universidades: algunas ideas sobre indicadores clave y su aplicabilidad (I), *Universidad*, 12/09/2016. <https://www.universidadsi.es/la-funcion-transferencia-las-universidades-algunas-ideas-indicadores-clave-aplicabilidad-i/>
- Lamuedra, M. (Ed.) (2012): *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*, Madrid: Popular.
- Lara, F.; Ruiz, M.; Tarín, M. (Coords.) (2018): *Cine y educación*. Documento Marco para el proyecto pedagógico impulsado por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, Madrid: Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- Marta-Lazo, C.; Gabelas, J.A. (2016): *Comunicación Digital. Un modelo basado en el factor R-elacional*. Barcelona: UOC.
- Martínez, M.C.; Sádaba, Ch.; Serrano, J. (2020): «Dimensiones de la alfabetización digital en los marcos de competencias del siglo XXI». En Aguaded, I.; Vizcaíno, A. (ed.lit.): *Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo ciberconectado y empoderado*, Madrid: Grupo Comunicar, pp. 735-743. DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfa-med2020>

- Minkinnen, S. (1978): *A general curricular model for Mass Media Education*, Madrid: UNESCO.
- Navarro-Martínez, E. (2019a): Liderazgo feminista para un mundo más justo. En Alonso, A.; Langle de Paz, T. (Ed.): *The Time is Now. Feminist Leadership for a New Era (La hora del liderazgo feminista)*, pp. 113-221. Global Network UNESCO Chairs on Gender. Ebook: <https://en.unesco.org/news/e-book-time-now-feminist-leadership-newera-global-network-unesco-chairs-gender>
- Navarro-Martínez, E. (2019b): Huellas de la ciudad: lecturas del espacio urbano. Un proyecto de Investigación artística, Educación mediática y Artivismo. En Sedeño, A. (ed.) *Arte, activismo y comunicación en el ámbito académico*, pp. 181-201. Dykinson.
- Navarro-Martínez, E. (2018): Heroínas, brujas y vampiras del cine fantástico actual: una aproximación ecofeminista. En *Magia, irracionalismo y visión ecocrítica de la ciudad*, pp. 105-128. Universitas Castellae.
- Navarro-Martínez, E. (2016): La educación mediática con perspectiva de género. En Oller Alonso, M.; Tornay Márquez, M.C. *Comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica*, pp. 99-128. Ediciones Egrejus.
- Pérez-Rodríguez, M.A.; Delgado-Ponce, A.; García-Ruiz, R.Y.; Caldeiro, M.C. (2015): *Niños y jóvenes ante las redes y pantallas*, Barcelona: Gedisa.
- Pérez-Tornero, J.M.; Giraldo-Luque, S.; Tejedor-Calvo, S.; Portalés-Oliva, M. (2018). «Propuesta de indicadores para evaluar las competencias de alfabetización mediática en las administraciones públicas». *El Profesional de la Información*, 27 (3), pp. 521-536. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.06>
- Sampedro, V. (2018): *Dietética Digital. Para adelgazar el Gran Hermano*, Barcelona: Icaria.
- Unesco (1967): *New educational media in action. Case Studies for planner, II*, París: Unesco.
- Unesco (1977): *Media Studies in Education*, París: Unesco.
- Unesco (1984a): *Media Education*, París: Unesco.
- Unesco (1984b): *La educación en materia de comunicación*. París: Unesco.