

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 9, año 2022. URL: [espejodemonografias.comunicacionsocial.es](http://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

## Epílogo

### Título del Capítulo

«Epílogo. Horizontes para la alfabetización digital en las Facultades de Comunicación»

### Autoría

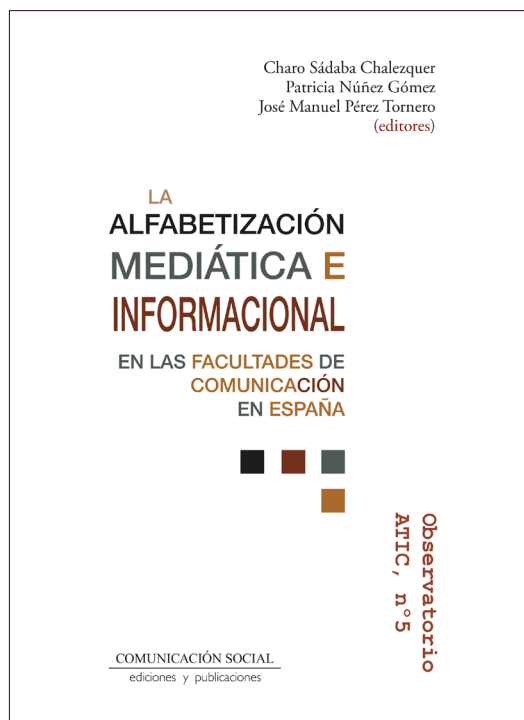
Charo Sábada; Patricia Nuñez-Gómez  
José Manuel Pérez Tornero

### Cómo citar este Capítulo

Sábada, C.; Nuñez-Gómez, P.; Pérez Tornero, J.M. (2022): «Epílogo. Horizontes para la alfabetización digital en las Facultades de 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/epil.emcs.9.p95>



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

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

<b>1. La alfabetización mediática e informacional en la educación formal: un reto necesario</b> <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

<b>2. Aprender y enseñar periodismo en la era del ruido digital: Retos formativos del periodismo</b> <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

<b>3. La importancia de la información en la época de la desinformación.</b>	
<b>Fomentar el espíritu crítico de los alumnos</b>	
<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
<b>4. Alfabetización mediática e innovación docente.</b>	
<b>Hacia un enfoque crítico de la docencia de la Comunicación desde las Pedagogías visuales</b>	
<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
<b>5. Redes sociales y AMI en la docencia universitaria: cómo adecuar la iniciativa MIL CLIKS a las Facultades de Comunicación</b>	
<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
<b>6. Medios de comunicación y educación. La necesidad de la Educomunicación en la formación universitaria española</b>	
<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

<b>7. Empoderamiento juvenil y ciencia ciudadana a través de la pedagogía audiovisual: el proyecto HEBE</b>	
<i>por Manel Jiménez-Morales; Alan Salvadó-Romero; Marta Lopera-Mármol</i>	
.....	<b>105</b>
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
<b>8. Tendencias en la producción científica iberoamericana sobre alfabetización informacional y mediática</b>	
<i>por María Pinto; Alejandro Uribe-Tirado</i>	
.....	<b>117</b>
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
<b>9. La alfabetización mediática de las plataformas digitales: el caso Twitch</b>	
<i>por Gema Lobillo Mora; Antonio Castro Higuera;</i>	
<i>José Patricio Pérez Rufi; Miguel de Aguilera Moyano</i>	
.....	<b>149</b>
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

<b>10. Alfabetización mediática para el fomento de las vocaciones STEM de niñas y adolescentes a través de la ficción seriada</b>	
<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

<b>11. La Associació Ciutadania i Comunicació (ACICOM) y la alfabetización mediática en el País Valenciano</b>	
<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
<b>12. La transferencia en educomunicación. Una oportunidad transversal de los grados en Comunicación</b>	
<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
<b>13. El Factor Relacional aplicado a las competencias periodísticas: plataformas de trabajo con estudiantes</b>	
<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. Dimensión actitudinal.....	203
2.4. Dimensión axiológica .....	203
2.5. Dimensión emprendedora .....	204
2.6. Dimensión holística.....	204
3. La plataforma digital Entremedios, un ejemplo de aplicación del Factor Relacional al aprendizaje de competencias periodísticas.....	205
4. Referencias .....	207
<b>14. Alfabetización mediática y transferencia de resultados de investigación con modelo cuádruple hélice</b>	
por Victoria Tur-Viñes .....	209
1. La alfabetización mediática como proceso de innovación.....	209
El modelo de cuádruple hélice.....	209
2. La audiencia informada.....	210
3. Alfabetización mediática .....	212
4. El caso de la calificación de programas infantiles en España.....	214
5. Referencias .....	216
<b>Epílogo. Horizontes para la alfabetización digital en las Facultades de Comunicación</b>	
por Charo Sádaba; Patricia Nuñez-Gómez; José Manuel Pérez Tornero.....	219
1. Una alfabetización digital .....	220
2. Retos para las Facultades de Comunicación .....	222
2.1. Retos en el ámbito docente .....	223
2.2. Retos para la investigación.....	223
3. Referencias .....	224





# Epílogo

## Horizontes para la alfabetización digital en las Facultades de Comunicación

*Charo Sádaba*

Universidad de Navarra

*Patricia Nuñez-Gómez*

Universidad Complutense de Madrid

*José Manuel Pérez Tornero*

Universidad Autónoma de Barcelona

Una de las consecuencias de la pandemia provocada por el covid-19 ha sido la mayor conciencia pública de la necesidad de una mejor alfabetización mediática e informacional de la población en general. Y es razonable pensar que, como formadoras de futuros ciudadanos y, sobre todo, de profesionales de la comunicación, las facultades de comunicación tienen una responsabilidad especial en esta tarea. La desinformación se ha convertido en una segunda pandemia que ha contaminado el discurso público y político y que genera inseguridad, miedo y dificulta la necesaria cohesión social.

En este reto que afronta la sociedad el siglo XXI, el componente digital que le es ya esencial tiene, como suele ser habitual, su parte de riesgo y su parte de oportunidad.

El riesgo está vinculado a la facilidad y rapidez con la que se propagan los bulos, las noticias inexactas o las mentiras, ya que son fáciles de producir y mucho más sencillas de divulgar. Los avances tecnológicos hacen posible poner en boca de alguien afirmaciones que no ha hecho, contribuyendo así a la construcción de relatos dañinos. Además, la polarización de las redes, escenario prioritario de la desinformación, empuja y añade velocidad y un componente emocional en la audiencia que puede provocar una rápida escalada en la tensión generada sobre un asunto. Tras una pantalla es fácil apoyarse en argumentos falaces o incompletos para lograr alcanzar la atención de la opinión pública general. En algunos casos, la presión por el tiempo que se vive en las redacciones de algunos medios les ha convertido en colaboradores necesarios en la difusión de la desinformación, al difundir noticias sin las comprobaciones necesarias y habituales. La dificultad de control que plantean las redes, la necesaria protección de la libertad de expresión, y también algunos estudios que reconocen que los esfuerzos por legislar y

regular este fenómeno no tienen consecuencias positivas, hacen que emerja con gran fuerza la vía educativa.

Porque este escenario plantea, sobre todo, muchas oportunidades para poner en valor el trabajo riguroso de los profesionales de la comunicación, a quienes hay que dotar de las herramientas y los conocimientos que les permitan hacer su trabajo de manera más ágil y mejor, pero siempre rigurosa, con el fin de servir a la sociedad, que requiere de una información de calidad para poder tomar decisiones informadas y bien formadas. Las profesiones de la comunicación son esenciales en las sociedades democráticas y vitales en un mundo digital siempre conectado. Resaltar y dar a conocer su papel como elemento de cohesión y estructura social es también vital. Quienes hoy se forman en las facultades de comunicación asumirán la tarea de informar, comunicar y entretener a una audiencia exigente y diversa, y han de ser conscientes de los límites pero también de las responsabilidades que implica su trabajo. Quienes investigan en este entorno tienen que seguir aportando evidencias que mejoren la comprensión de este fenómeno, haciendo atisbar soluciones parciales o más completas que ayuden en esta tarea de todos.

### *1. Una alfabetización digital*

La alfabetización mediática e informacional, descrita en el capítulo 1 de esta monografía, asume plenamente el componente digital y por tanto también la alfabetización digital. Se entiende por alfabetización digital el conjunto de competencias necesarias para la plena participación en la sociedad del conocimiento. Esto incluye los conocimientos, habilidades y comportamientos para propósitos de comunicación, creación y colaboración.

Podría decirse que no hay una diferencia básica entre los conceptos respecto a lo que se entiende por alfabetización mediática desde el momento en que los medios operan sobre plataformas digitales y gran parte del consumo también sucede en el mundo online. Como afirma el Global Framework Digital Literacy de Unesco (2018) la alfabetización digital es la habilidad para acceder, organizar, comprender, integrar, comunicar, evaluar y crear información segura y apropiada a través de las tecnologías para el trabajo y el emprendimiento. Esto incluye competencias que se refieren a la alfabetización informática, a la informativa y a la mediática.

No obstante, en la comprensión de las nuevas realidades generadas por la digitalización, la alfabetización digital implica más que la mera capacidad de usar software u operar un dispositivo digital e incluye una gran variedad de capacidades cognitivas, motoras, sociológicas y emocionales complejas, que los usuarios necesitan para funcionar eficazmente en entornos digitales. También se refiere a la habilidad para entender y usar la información en múltiples formatos de una gran gama de recursos que se presentan por medio del orde-

nador. Todas estas son competencias esenciales (conocimiento, destrezas y actitud) que permiten a los ciudadanos involucrarse eficazmente con los medios y otros proveedores de información y desarrollar un pensamiento crítico y un aprendizaje de destrezas a lo largo de toda la vida para socializar y convertirse en ciudadanos activos.

La manera de implementar estas tecnologías en la educación depende de los diferentes países y programas educativos. En muchos casos, la implantación de las tecnologías digitales se reducen al equipamiento de las aulas con recursos tecnológicos, pero no a un verdadero cambio en profundidad de los planes educativos. La integración de las tecnologías pasa por tanto por una integración completa dentro del currículo escolar. Una verdadera *digital literacy* supone formar a los estudiantes en una capacidad crítica profunda, con un verdadero cambio cultural y las habilidades necesarias para enfrentarse a demandas complejas en determinados contextos. Deben ser capaces de transformar la información en conocimiento, obtener conocimiento de entornos digitales y ser críticos.

Si bien algunos jóvenes son grandes usuarios de la tecnología digital en diferentes actividades de la vida cotidiana, una significativa proporción de ellos no tiene habilidades necesarias para el uso de las mismas. Disponer de información no produce de forma automática conocimiento, ya que transformar la información en conocimiento exige de destrezas de razonamiento para organizarla, relacionarla, analizarla, sintetizarla y hacer inferencias y deducciones de distinto nivel de complejidad; en definitiva, comprenderla e integrarla en los esquemas previos de conocimiento.

Ante esta problemática, resulta cada vez más apremiante incorporar a los procesos de enseñanza, estrategias que desarrollen y refuercen habilidades para la búsqueda y selección de información, estrategias mediante las cuales se estimule la capacidad de pensamiento crítico y creativo de los estudiantes.

En otras palabras, es necesaria la participación docente e institucional en procesos formativos que desarrollen habilidades de alfabetización informacional en los estudiantes de educación superior, habilidades mediante las cuales no sólo puedan acceder a la información y al conocimiento, sino también reconstruirlo, generarlo e ir construyendo su visión del mundo.

Tanto estudiantes como investigadores y docentes debemos ser conscientes de que el mundo actual exige mentes críticas y comprometidas con el entorno.

En este sentido resulta fundamental que docentes e investigadores nos capacitemos y estemos preparados para darle sentido al cúmulo de información y conocimiento derivado del avance tecnológico. Ello implica poner en práctica estrategias que involucren tanto a las instituciones como a la comunidad educativa (docentes y discentes).

La innovación tecnológica, que afecta a productos y procesos, tiene además un impacto sobre el conjunto del tejido productivo, favorece la obsolescencia rápida de las competencias contempladas por las titulaciones, obligando a definir marcos de educación y de formación lo suficientemente flexibles como

para evitar que la brecha entre los conocimientos requeridos por las empresas y los ofertados por las universidades —el llamado *gap* o brecha formativa— dificulte tanto la creación de empleo como el crecimiento económico. Así también se recoge en el Marco para Competencias Digitales de la UE (2017). El fortalecimiento de las competencias digitales supone por tanto un área de intervención preferente para las instituciones comunitarias como un reto al que debe hacer frente la enseñanza superior.

Así pues, las universidades deben mejorar el reconocimiento de los programas académicos adoptándolos a un sistema de competencias digitales basado en el Marco de Competencias TIC, para reducir la brecha entre oferta y demanda de trabajo y estimular el emprendimiento (programa *Startup Europe*). Estas capacidades permitirán optimizar su aprendizaje y favorecer sus oportunidades individuales de inserción en el mercado de trabajo (European Parliament and the Council, 2008) no sólo en el ámbito digital. No se puede olvidar que el 44% de los europeos no tienen aún competencias digitales mientras que el 79% de ellos utiliza internet de manera regular y serán exigidas para los trabajos del futuro (Digcomp, 2017).

## 2. Retos para las Facultades de Comunicación

En este contexto de relevancia y urgencia del tema, donde las facultades de comunicación, sus docentes, investigadores y estudiantes, tienen un papel clave en el presente y el futuro de la lucha contra la desinformación y a favor de una sociedad más inclusiva, más comprometida y mejor informada, el texto que hemos tenido la oportunidad de editar abre una puerta a la esperanza.

Las contribuciones recibidas para este volumen, hacen justicia a la importancia que la alfabetización mediática e informacional tiene en las facultades de comunicación en España, que comienza por reconocer que hay una tradición notable de investigación sobre el área por parte de los y las investigadores del área. No en vano, son muchos los nombres de referencia a nivel internacional y nacional tanto en el uso del concepto más extendido en el ámbito anglosajón (*media literacy*) como en el acuñado y más asumido en el ámbito iberoamericano (educación). Muchos y muchas forman parte del elenco de autores de este volumen. Hemos podido leer, además, textos con ejemplos relevantes de cómo en el aula se puede formar al alumnado en la competencia mediática e informacional que ha adquirido una relevancia muy importante en los últimos años.

Todo esto genera unas ideas, acompañadas de necesidades que emergen y que pueden ser entendidas como retos para quienes forman parte de las facultades de comunicación hoy, tanto sus directivos como, sobre todo, sus docentes e investigadores. Resumimos estos retos en dos: los docentes y los de investigación.

## 2.1. Retos en el ámbito docente

En primer lugar, a lo largo de estas páginas hemos visto cómo desde un punto de vista docente, se puede apreciar que hay una convicción generalizada de que los estudiantes de titulaciones de comunicación e información deberían adquirir las competencias precisas no solo como ciudadanos, sino también como profesionales. Esto es particularmente relevante en el contexto de desinformación en el que la sociedad digital nos ha situado. Un uso crítico de los medios y de la información es necesario en primer lugar para los profesionales con el fin de que ellos puedan ayudar y guiar a la ciudadanía y ejercer así, de manera responsable, su deber de informar. No obstante, cabría acometer el ejercicio que permita constatar en qué medida la adquisición de esta competencia está explícitamente mencionada en las memorias y grados de facultades de comunicación e información en España.

En el caso de que así sea, sería interesante hacer un estudio que permitiera relacionar esta competencia presente en las memorias con los contenidos impartidos en los grados. Idealmente, un estudio que midiera el nivel de competencia mediática e informacional en estudiantes de nuestras facultades podría ser interesante para los propios centros y también para la sociedad en general, en la medida en que aspiramos a que nuestros graduados puedan colaborar en la formación en esta competencia para toda la ciudadanía.

También hay que ser consciente de que muchos jóvenes han adquirido de manera experiencial sus conocimientos digitales, basándose en el ensayo-error e incluso desarrollando hábitos incorrectos. Esto puede influir en sus oportunidades de empleo y también en su perspectiva sobre esta realidad digital. Es necesario estudiar si se adquieren estas competencias en los estudios de comunicación, comprobar si son adquiridas esas competencias de primer a último curso para implementar planes de mejora que permitan adquirirlas. Podría ayudar, por ejemplo, crear una base de experiencias de educación mediática para llegar a protocolos de actuación en las carreras de comunicación.

Esto también podría ir de la mano de un estudio de la presencia de esta competencia entre los docentes de las facultades de comunicación y, por extensión, también en los profesionales de los medios de comunicación. Los resultados de este trabajo podrían tener resultados positivos en la actualización de planes de estudios y también en la configuración de la oferta docente para el *long life learning*: la actualización de los profesionales de la comunicación.

## 2.2. Retos para la investigación

En segundo lugar, también se ha hecho patente la presencia del interés por la alfabetización mediática e informacional, clara y consolidada, en el ámbito investigador. Hay referentes internacionales y nacionales tanto en el estudio de la fundamentación teórica como en su aplicación a distintos contextos.

Esta investigación se podría beneficiar, sin duda, de una cierta armonización de los esfuerzos, de la creación de grupos y redes de investigadores que permitiera abordajes más ambiciosos.

En este mismo sentido, la interdisciplinariedad está en el corazón de este ámbito del conocimiento y por ello sería bueno también delimitar con más precisión los campos de colaboración respetando la naturaleza de las disciplinas en juego. En el escenario actual, la colaboración con la profesión y con otras entidades que puedan ayudar a hacer consciente a la ciudadanía de la importancia de comunicar con responsabilidad y rigor, y de formarse para ser críticos ante los contenidos consumidos y recibidos, es inevitable. También es preciso conocer los requerimientos exigidos por las empresas con el fin de facilitar, en la medida de lo posible, el empleo.

Por último, la universidad, y las facultades de comunicación en particular, pueden aspirar a convertirse en un foro donde debatir, colaborar y compartir ideas entre los profesionales de los que se puede aprender también mucho sobre las dificultades en la práctica diaria y sobre nuevas soluciones que estén dando resultado.

### 3. Referencias

- Carretero Gómez, S.; Vuorikari, R.; Punie, Y. (2017): *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use*, Luxembourg, Publications Office of the European Union.
- European Union(2020) Programa Start up <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/startup-europe>.
- Unesco (2018) *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for indicator*, Montreal, Unesco.