

# Editorial.

## La educación mediática: un reto estratégico para la sociedad digital

Javier Marzal-Felici  
Universitat Jaume I

Andreu Casero-Ripollés  
Universitat Jaume I

### Referencia de este artículo:

Marzal-Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2023). Editorial nº 25. La educación mediática: un reto estratégico para la sociedad digital. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, preprint. Castellón: Universitat Jaume I, 13-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6753>.

---

### Condiciones favorables para el desarrollo de la educomunicación

Desde hace más de dos décadas, hemos asistido a la aparición de diferentes iniciativas dictadas desde el Consejo de Europa para el impulso de la «alfabetización mediática» (en inglés «information literacy»), a través de la realización de estudios e Informes con el fin de articular políticas para combatir la desinformación (Wardle y Derakhshan, 2017; Chapman y Oerman, 2020). Ya en 2009, la Comisión Europea presentó una Recomendación sobre alfabetización mediática, en la cual instaba a los países de la Unión a introducir en sus respectivos sistemas educativos enseñanzas referidas al conocimiento crítico de los medios de comunicación, incluyendo competencias digitales. Se trata de la Recomendación 2009/625/CE sobre «Alfabetización mediática en el entorno digital» (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/txt/?uri=uriserv%3Aam0004>), que dio lugar a la Directiva 2010/13/UE de servicios de comunicación audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de Europa, de 10 de marzo de 2010 (<http://eur-lex.europa.eu/lexuriserv/lexuriserv.do?uri=oj:L:2010:095:0001:0024:SE:PDF>). Hay que destacar que se trataba de la primera directiva

europaea que recogía de manera explícita «la necesidad de incorporar el desarrollo de las capacidades creativas y críticas de los ciudadanos ante los medios» en la educación formal, pero también con la implicación de otras instituciones como las familias, las autoridades reguladoras o la industria mediática, esto es, con apoyo de los profesionales de la comunicación.

Otro hito importante para el desarrollo de la educomunicación en Europa fue la publicación en 2017 del *European Framework for the Digital Competence of Educators*, editado por la Comisión Europea en 2017 (Redecker y Punie, 2017), que define el marco europeo para la competencia digital de los educadores (DigCompEdu), respondiendo así a la creciente conciencia entre muchos estados miembros europeos sobre el hecho de que los educadores necesitan un conjunto de competencias digitales específicas para su profesión para poder aprovechar el potencial de las tecnologías digitales para mejorar e innovar educación. En España, también en 2017, el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte impulsó la publicación del documento *Marco Común de Competencia Digital Docente*, que se proponía sentar las bases para el desarrollo tecnológico del portafolio de la competencia digital docente y actualiza el Marco de Competencia Digital Docente (INTEF, 2017). Y poco tiempo después, ha tenido lugar la publicación del *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática*, elaborado por 22 investigadores de 12 países de América y Europa de la Red Euroamericana de Investigadores en Educomunicación –Red Alfamed–, presentado en 2021 como compendio de las competencias que deben tener los educadores para la formación de los ciudadanos en el campo de la educación mediática (Aguaded, Jaramillo-Dent y Delgado-Ponce, 2021).

Como hemos señalado en diferentes ocasiones, la crisis sanitaria por la pandemia de la COVID-19 ha precipitado el desarrollo de la sociedad digital. Por ello, no puede resultarnos extraño que cuando el gobierno de España declaró el «estado de excepción» en marzo de 2020, se calificara a los medios de comunicación como servicios esenciales. Desde entonces hasta ahora, nunca antes han tenido tanto protagonismo las pantallas de todo tipo de dispositivos, desde los móviles, las tabletas o las videoconsolas hasta las pantallas de los ordenadores y de las «smart TV». El aumento de adicciones a los dispositivos digitales, el uso abusivo de las redes sociales a través de los móviles o la adicción a los videojuegos han terminado configurando una «dieta mediática» manifiestamente inapropiada en el contexto de la sociedad del conocimiento (Aguaded y Romero-Rodríguez, 2015; Marzal y Soler, 2018; Sampedro, 2018; Marzal Felici, 2021). Por otra parte, asistimos a un consumo descontrolado –y sin criterio– de películas, series de televisión y programas de entretenimiento que están «colonizando» nuestras mentes, porque no podemos obviar que la expansión de las grandes plataformas de contenidos digitales –como Amazon, Netflix, Disney, HBO, etc.–, nos han devuelto a los tiempos del control

monopolístico de la producción, distribución y exhibición de los grandes estudios de Hollywood en las décadas de los años 30 y 40 del pasado siglo XX, en la conocida como la «era de los grandes estudios de Hollywood». En el campo de la información, se constata que el público, y muy especialmente los más jóvenes, cada vez se informa menos a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), sino en las redes sociales, con frecuencia, sin contextualizar ni mostrar las fuentes consultadas para construir dichas informaciones. Finalmente, otras formas de comunicación como la publicidad o la comunicación empresarial e institucional tampoco son entendidas por la ciudadanía, porque en general se carece de la formación más elemental sobre la relevancia de la comunicación en nuestra sociedad.

### **La nueva reforma educativa de la LOMLOE y el retroceso de la educomunicación**

En realidad, la apuesta por la educación y alfabetización mediática e informacional viene de mucho tiempo atrás, con el impulso de la ONU y de la UNESCO desde hace más de tres décadas (Aguaded, 2012; Pérez Tornero y Varis, 2010; Pérez Tornero, 2020). Durante estos últimos años, es palpable que se han realizado importantes avances en el campo de la alfabetización mediática, un espacio académico que ha conocido el desarrollo de una intensa producción científica en el contexto español y latinoamericano, además de numerosas experiencias de aula en los centros educativos, con el avance de las nuevas tecnologías aplicadas al campo de la educación.

No obstante, y pesar de estos importantes avances, se constata en España la existencia de importantes resistencias de nuestro sistema educativo a la hora de incorporar la educomunicación en los currícula de los diferentes niveles educativos, en un momento clave en el que es urgente adaptar nuestro sistema educativo a las demandas de la sociedad de la información. De este modo, nos hallamos ante una reforma educativa, la LOMLOE, en la que van a tener especial protagonismo las competencias sobre los contenidos, un aspecto ampliamente reconocido por la comunidad científica y educativa como un paso necesario. Pero como hemos señalado en el Manifiesto en favor de la Educomunicación en España, realizada en mayo de 2021, la nueva reforma del sistema educativo español no ha contemplado dar el protagonismo necesario a la educación mediática en los nuevos currícula.

A nuestro juicio, la «educación mediática y audiovisual» tiene un enorme valor estratégico para lograr el desarrollo auténtico de la sociedad del conocimiento, con una relevancia solo comparable a la necesidad de contar con un sistema comunicativo y audiovisual sólido, saneado, plural, libre de control gubernamental y de corrupción. La educación mediática en el sistema educativo estatal y autonómico es, por lo tanto, una asignatura pendiente, que plantea una serie de retos

urgentes. Entre los más relevantes, podemos destacar, por un lado, la necesidad de aplicar la Recomendación 2009/625/CE de la Unión Europea a todo el sistema educativo, desde la Educación Infantil hasta el Bachillerato, situando la alfabetización mediática en una posición central del currículum. En segundo lugar, hay que reforzar la formación de profesorado en la educación de y con los medios audiovisuales. En tercer lugar, es esencial entender que la educación mediática, en plena era digital, no se reduce al estudio de aspectos técnicos, al uso de dispositivos y programas —que son fundamentales también—, sino que la educación mediática remite sobre todo a valores y al fomento de una actitud crítica ante los medios (Gutiérrez y Tyner, 2012: 38).

### **El papel de las universidades para el impulso de la educomunicación como marco para la innovación**

Ante la situación creada por la actual reforma educativa de la LOMLOE, con muchas incertidumbres —porque cada comunidad autónoma está aplicando el nuevo marco normativo a su juicio—, creemos que es urgente que determinadas instituciones como los medios de comunicación (especialmente las corporaciones públicas, pero también los medios privados), los agentes de los diferentes ámbitos del sector audiovisual y comunicativo (de campos como el periodismo, la comunicación publicitaria o el audiovisual) y las universidades (de manera especial, las públicas) han de redoblar esfuerzos para impulsar la educomunicación en nuestro país.

En este sentido, cabe recordar que la colaboración entre medios de comunicación (el mundo profesional), administraciones educativas y universidades constituye una aplicación del llamado «modelo de la triple hélice» que fue acuñado por expertos del campo de la economía de la innovación, según el cual se ha constatado que los sistemas socioeconómicos regionales europeos se han visto reforzados con la convergencia y entrecruzamiento de tres mundos, anteriormente bastante separados: la investigación pública que realizan las universidades, las empresas y los gobiernos. Este modelo, desarrollado por Etzkowitz (1997, 2008; Viale y Etzkowitz, 2010) varias décadas atrás, toma como referencia un modelo espiral de la innovación (frente al modelo lineal tradicional) que capta las múltiples relaciones recíprocas entre los organismos institucionales (públicos, privados y académicos) en diferentes niveles de capitalización del conocimiento. Se trata de tres esferas institucionales que anteriormente operaban de manera independiente manteniendo una distancia prudente en las sociedades capitalistas liberales, que tienden cada vez más a trabajar conjuntamente, siguiendo un modelo en espiral, con vinculaciones que emergen a diversos niveles del proceso de innovación, para formar la llamada «triple hélice».

En este contexto, la creación de la Cátedra RTVE «Cultura audiovisual y alfabetización audiovisual» de la Universitat Jaume I, el pasado mes de febrero de 2022, está sirviendo para desarrollar un programa anual de actividades que tiene como

objetivo principal el desarrollo de la alfabetización mediática y el estudio de la cultura audiovisual desde la perspectiva de los medios de comunicación públicos, con el fin de fomentar el debate y la participación de los colectivos implicados en el campo de la alfabetización mediática: investigadores, docentes y estudiantes universitarios, estudiantes y profesores de los niveles educativos no universitarios, administraciones educativas y profesionales de los medios de comunicación.

De este modo, el reto de la educomunicación nos obliga a asumir que es necesario trabajar de forma colaborativa con las administraciones educativas, estatal y regional, con los centros de formación de profesores, con el profesorado no universitario, con reguladores como los Consejos Audiovisuales y con otros medios de comunicación públicos, como las RTV regionales. En este sentido, es imprescindible que las universidades creamos alianzas para abordar los nuevos retos que supone la nueva sociedad digital. Porque estamos convencidos de que la Alfabetización Mediática e Informativa puede abrir la puerta a desarrollar, además, metodologías docentes más abiertas y participativas, que impulsen el desarrollo del pensamiento crítico de los niños y jóvenes, algo muy necesario en el mundo que vivimos.

Así pues, podemos constatar que la temática que abordamos en este monográfico de la Sección Informe del número 25 de la revista *adComunica*, «Retos de la educomunicación ante la reforma educativa en España» posee una trascendencia muy relevante en la actualidad, que no puede dejarnos indiferentes. Creemos que las investigaciones que conforman este número sobre educomunicación, así como las reflexiones que se han incluido en la Sección Tribuna, merecen una atención especial dadas las circunstancias actuales.

Como ya es habitual, no queremos finalizar el editorial del número 25 de la revista *adComunica* sin olvidar nuestra deuda con los investigadores y profesionales que han participado en este número, así como a los revisores, a los coordinadores de las secciones y al equipo editorial de la revista, sin cuyo compromiso, dedicación y generosidad altruista no sería posible la aparición de un nuevo número de *adComunica*. El trabajo de todos ellos, junto al seguimiento de los lectores de la revista que forman parte de nuestra comunidad científica, no sería posible dar continuidad a este proyecto editorial, cuyo objetivo no es otro que contribuir a reforzar el campo científico de las Ciencias de la Comunicación.

## Referencias

Aguaded, J. Ignacio (2012). Apuesta de la ONU por una educación y alfabetización mediáticas. En: *Comunicar*, nº 38. Huelva: Grupo Comunicar, 7-8. DOI: 10.3916/C38-2012-01-01

Aguaded, Ignacio; Jaramillo-Dent, Daniela y Delgado-Ponce, Águeda (2021). *Curriculum alfamed de formación de profesores en educación mediática. Mil (media and information literacy en la era pos-covid-19*. Barcelona: Octaedro.

Aguaded-Gómez, Ignacio y Romero-Rodríguez, Luis (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. En: *Education in the Knowledge Society*, Vol. 16, nº 1. Salamanca: USAL, 44-57. DOI: <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>

Chapman, M.; Oermann, M. (2020). *Supporting quality journalism through media and information literacy*. Strasbourg: Council of Europe. <https://edoc.coe.int/fr/medias/8264-supporting-quality-journalism-through-media-and-information-literacy.html>

Etzkowitz, H. (1997). The Triple Helix: academy-industry-governement relations and the growth of neo-corporatist industrial policy in the U.S. En: S. Campodall, Orto (ed.), *Managing Technological Knowledge Transfer*. Bruselas: EC Social Sciences COST A3, Vol. 4, EC Directorate General, Science, Research and Development

Etzkowitz, Henry (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation*. Londres: Routledge.

Gutiérrez, Alonso y Tyner, Kathleen (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. En: *Comunicar*, Vol. 19, nº 38. Huelva: Grupo Comunicar, 32-39. DOI: <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>

INTEF (2017). *Marco común de competencia digital docente*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consultado el 23 de enero de 2023 en [https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017\\_1020\\_Marco-Común-de-Competencia-Digital-Docente.pdf](https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017_1020_Marco-Común-de-Competencia-Digital-Docente.pdf)

Marzal Felici, Javier y Soler Campillo, Maria (2018). La crisis financiera de 2008 a través de la fotografía y el cine *mainstream*: entre la crítica y la legitimación. En: Marzal Felici, Javier; Loriguillo-López, Antonio; Rodríguez Serrano, Aaron y Sorolla-Romero, Teresa (eds.), *La crisis de los real. Representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Marzal-Felici, Javier (2021). Propuestas para el estudio de las imágenes en la era de la posverdad. En: *Profesional de la información*, Vol. 30, nº 2. Barcelona: EPI, e300201. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.01>

Pérez Tornero, José Manuel y Varis, Tapio (2010). *Media Literacy and New Humanism*. Moscú: UNESCO Institute for Information Technologies in Education.

Pérez Tornero, José Manuel (2020). *La gran mediatización I. El tsunami que expropia nuestras vidas. Del confinamiento digital a la sociedad de la distancia*. Barcelona: UOC.

Redecker, Christina y Punie, Yves (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators*. Unión Europea: Publications Office of the European Union. Consultado el 23 de enero de 2023 en <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/fcc33b68-d581-11e7-a5b9-01aa75ed71a1/language-en>

Sampedro, Víctor (2018). *Dietética digital. Para adelgazar al gran hermano*. Barcelona: Icaria Editorial.

Viale, Riccardo y Etzkowitz, Henry (eds.) (2010). *The Capitalization of Knowledge. A Triple Helix of University-Industry-Government*. Northampton: MPG Books Group.

Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein (2017). *Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Estrasburgo: Council of Europe. Consultado el 23 de enero de 2023 en <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

