

Retos de la educomunicación en el entorno digital

Victoria Tur-Viñes
Universitat d'Alacant

Patricia Núñez-Gómez
Universidad Complutense de Madrid

Marc Pallarés Piquer
Universitat Jaume I

Referencia de este artículo

Tur-Viñes, Victoria; Núñez-Gómez, Patricia y Pallarés Piquer, Marc (2023). Retos de la educomunicación en el entorno digital. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 25. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 23-26. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.7134>.

El interés por el estudio de la alfabetización mediática se remonta a la década de los setenta del pasado siglo XX, fruto del reclamo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que la entendía como un medio para fomentar la conciencia crítica de la ciudadanía. A la estela de ello, en 1973 el International Council for Film, Television and Audiovisual Communication (ICFT) de la UNESCO definió la educación mediática como el estudio, aprendizaje y enseñanza *de* y *sobre* los medios de comunicación, y se postuló a favor de configurar un área de conocimiento autónoma, y que se vinculara con los diferentes avances tecnológicos.

En 1982 se firmó la Declaración de Grünwald, promovida por la UNESCO, que se puede considerar como la base de la educación mediática. En el documento se hizo patente el poco interés de la pedagogía por la temática, enfatizando «un verdadero abismo [que] separa las experiencias educacionales que proponen estos sistemas y el mundo real» (UNESCO, 2011: 1). Los motivos para educar mediáticamente, que resultaban fundamentales en los ochenta, pasaron a ser necesarios, más si cabe en un mundo en el que el desarrollo tecnológico y de la repercusión de la mediatización del día a día de la ciudadanía era irrefrenable.

En este contexto, resulta indispensable asimilar y desarrollar las competencias que nos permitan habitar (y movernos) en este entorno de manera efectiva. Teniendo presente que la tecnología evoluciona constantemente y que esta digitalización inunda casi todos los ámbitos de nuestras vidas, en 2006 el Parlamento y Consejo Europeo ponen encima de la mesa la competencia digital como una de las ocho Competencias Clave necesarias para la Formación a lo Largo de la Vida (2006/962/EC - Oficial Journal of the European Union); en concreto, ponen en el centro de la cuestión el uso crítico y seguro de las TIC para la comunicación, el trabajo, el desarrollo social y el ocio.

Posteriormente se determina un eje global en competencia digital con la finalidad de proporcionar una definición del concepto. De esta manera, en 2013e genera el Marco para el Desarrollo y el Conocimiento de la Competencia Digital en Europa (DigComp) actualizado en 2016 por el Marco Europeo para la Competencia Digital de los Ciudadanos (DigComp 2.0), reestructurado y ensanchado después en 2019 Marco Europeo para la Competencia Digital de la Ciudadanía (DigComp 2.1) con ocho grados de adquisición y ejemplos de uso.

En un momento como el actual, en que la revolución tecnológica hace posible el acceso ilimitado a una infinita cantidad de fuentes de información, la educación debe redefinir sus objetivos con la misión de tener la capacidad de responder a necesidades sociales muy variadas.

Además, se hace necesario implementar espacios en los que se fomente la capacitación y la sensibilización del profesorado respecto a la alfabetización mediática en el proceso educativo. A todas estas finalidades se ha destinado el presente volumen, que parte de una premisa según la cual la alfabetización mediática debe analizar el papel de la información y los medios de comunicación, tiene que ahondar en las funciones de estos medios, así como hacerse cargo de la valoración crítica de los contenidos y de los viaductos que, en última instancia, adoptamos cuando somos receptores de información y contenidos mediáticos.

El monográfico que estamos presentando compendia siete textos. El primero de ellos está firmado por Noemí Morejón Llamas y lleva por título *Alfabetización mediática y digital ludificada. Go Viral! contra la desinformación científica*. La autora subraya la utilidad de este *edugame* para conocer cómo se crea y se incrementa

la desinformación en redes, por las cámaras de eco, dentro de comunidades y sus claves expansivas. Su potencial como recurso educativo es indudable.

A continuación, Felipe Chibás Ortiz, Santiago Tejedor Calvo, Karin Milani Zottis y Ana Paula Días presentan *Las Ciudades Universitarias MIL como propuesta de la UNESCO para la transformación de los campus universitarios: barreras y oportunidades*. Discuten las ventajas e inconvenientes de esta propuesta en dos casos pioneros de Brasil y España con el método de las 20 Barreras Culturales a la Comunicación (BCC), un abordaje innovador.

Cande Sánchez-Olmos, Tatiana Hidalgo-Marí y Jesús Segarra-Saavedra reflexionan sobre los retos y oportunidades que generó la pandemia en la alfabetización mediática dentro de la educación superior. *Impacto, adaptación y transformación digital en la educación superior como consecuencia de la Covid-19: el caso del máster Comincrea de la UA* es el título del texto que constata una predisposición por parte del profesorado a la transformación digital, aunque con cierto rechazo a la dualidad y, evidencia que el alumnado, a pesar de contar con los recursos y competencias necesarias, sigue prefiriendo la presencialidad como sistema, si bien destaca la flexibilidad que supone la semi presencialidad.

El portal web de la universidad pública ecuatoriana: hacia el equilibrio entre accesibilidad, posicionamiento y usabilidad, firmado por Pablo Vidal Fernández, evidencia que la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad suponen un reto para la comunicación institucional de las universidades públicas y, a su vez, la oportunidad de llegar a más personas con diferentes maneras de entender y acceder a la información.

El siguiente texto, redactado por Silvana Verónica Micheli, hace hincapié en la necesidad de reunir el área de comunicación y educación. La alfabetización mediática, según la autora no consiste solamente en entender los contenidos sino en la capacidad de crearlos. El título, *Los profesores como intelectuales transformadores al servicio de la alfabetización mediática. Una aproximación teórica a sus principales roles y tareas*, implica la necesidad de formación y participación del profesorado en los procesos de creación audiovisual y cómo persona indispensable para facilitar el diálogo.

El impacto del confinamiento por la COVID-19 en el curso académico. Caso de estudio: el alumnado de etnia gitana, trae a este monográfico un tema sobre la brecha digital, agrandada por la pandemia y la escasez de recursos en determinados colectivos. El estudio emplea técnicas cuantitativas y cualitativas para demostrar cómo la disposición de dispositivos es uno de los primeros pasos para poder hablar de alfabetización mediática en determinados estamentos sociales. El artículo viene firmado por Isabel Rodrigo-Martín, Luis Rodrigo-Martín, Álvaro Pérez-García y Daniel Muñoz-Sastre.

El último artículo, con título *Presencia social, sincronía y personalización. Giros de la educación en línea en la postpandemia* lo presentan María Ángeles Castro Sánchez y María Cecilia Beccaria. Las autoras plantean un enfoque poco estudiado durante la pandemia cómo es el cambio sufrido por las universidades que ya impartían enseñanza a distancia. En el texto se investigan cómo los protocolos de enseñanza también cambiaron y se convirtieron en una enseñanza diferente que se ha quedado una vez pasada la epidemia.

Referencias

UNESCO (2011). Grünwald Declaration on Media Education. Consultado el 17 de enero de 2023 en <https://milunesco.unaoc.org/mil-resources/grunwald-declaration-on-media-education-1982/>