

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

# La alfabetización mediática e informativa en las Facultades de Comunicación en España

Observatorio ATIC, nº 5



SALAMANCA  
2022

1ª edición: Salamanca (España), 2022.

Publicación auspiciada por ATIC, Asociación Española de Universidades con Titulaciones en Información y Comunicación.

<http://titulaciones-atic.com>

Email de contacto: [comunicacion@titulaciones-atic.com](mailto:comunicacion@titulaciones-atic.com)



Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:

© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR (2022)

Contacto:

Gestión: Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca.

Taller editorial y Almacén: c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora).

[info@comunicacionsocial.es](mailto:info@comunicacionsocial.es)

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-17600-62-4

Depósito Legal: DL S 161-2022

Impreso en España. *Printed in Spain*

# 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. ¿Qué es, cuándo y por qué surge la AMI?	
Historia de una reivindicación .....	13
1.1. AMI vs. Competencia digital.....	15
1.2. Conceptualización y elementos clave: Alfabetización comunicativa, competencias mediáticas y competencias transmedia....	19
2. ¿Por qué la AMI es crucial en la actualidad? .....	21
2.1. Avance de la sociedad informacional y digital .....	21
2.2. Saturación.....	22
2.3. Desinformación y desórdenes informativos .....	23
2.4. Identidades digitales.....	23
2.5. La metáfora del puzle y el telegrama.....	24
3. A modo de recapitulación .....	29
4. Referencias .....	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. Para 'volver a encontrar' al periodismo.....	37
2. Periodistas, formación y ruido digital.....	38
3. Algunas ideas, algunos retos.....	40
4. Conclusiones .....	44
5. Referencias .....	44

<b>3. La importancia de la información en la época de la desinformación. 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. 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>	
.....	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
<b>8. Tendencias en la producción científica iberoamericana sobre alfabetización informacional y mediática</b>	
<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
<b>9. La alfabetización mediática de las plataformas digitales: el caso Twitch</b>	
<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

<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 Tórnero.....	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