



L'ecomedia literacy d'Antonio López

Rédacteur : Myriam Skaf | Directrice de la publication : Emilie Tranchant | Usage de l'IA | Date de rédaction : 17 juillet 2026 |

Comprendre le concept en 1' chrono

L'ecomedia literacy (littératie écomédiatique), développée par le chercheur Dr. Antonio López au début des années 2010 est un champ émergent qui articule l'éducation aux médias, la culture numérique et les sciences de l'environnement. Son ambition est de former des citoyens capables de comprendre simultanément les effets des médias sur les écosystèmes et leur influence sur les représentations collectives de la nature.

Le concept repose sur une idée centrale : **les médias possèdent une empreinte matérielle (media footprint) et une empreinte culturelle (media mindprint)**. L'ecomedia literacy invite ainsi à analyser les médias dans toute leur complexité : comme infrastructures techniques, producteurs de récits, acteurs économiques et instruments de transformation sociale.

Elle développe une lecture critique des discours environnementaux, des campagnes de communication et des usages numériques, tout en encourageant la production de contenus responsables fondés sur des connaissances scientifiques.

Afin d'accompagner les transitions environnementales et sociétales, l'approche de López recherche à développer l'esprit critique face à l'information ainsi que d'intégrer les enjeux écologiques dans toutes les pratiques médiatiques.

Identifier le champ conceptuel connexe

Media Footprint (l'empreinte matérielle des médias)

Elle désigne les impacts physiques et écologiques liés aux systèmes médiatiques : extraction de minerais, consommation énergétique, infrastructures numériques, centres de données, fabrication des équipements, transport et déchets électroniques. Elle révèle la matérialité cachée derrière nos usages numériques.

Media Mindprint (l'empreinte culturelle des médias)

Elle désigne la manière dont les médias façonnent nos représentations, nos valeurs et nos comportements : notre vision du progrès, de la consommation, de la technologie, de la nature ou des crises écologiques.

Ecoculture (Les récits et imaginaires)

Les médias construisent des représentations du monde. Une approche ecomedia permet d'analyser comment certains récits placent l'humain au centre (anthropocentrisme), valorisent la croissance économique et invisibilisent parfois les limites écologiques.

Political Ecology (Les systèmes et rapports de pouvoir)



Elle examine les structures économiques et politiques qui organisent les médias et les technologies : extraction des ressources, chaînes de production mondialisées, inégalités environnementales et choix industriels qui influencent notre rapport au vivant.

Ecomateriality (La matérialité cachée)

Elle révèle ce qui se cache derrière les technologies médiatiques : ressources naturelles, énergie, infrastructures, fabrication et fin de vie des équipements numériques.

Lifeworld (L'expérience quotidienne du numérique)

Cette zone d'analyse explore comment les idéologies anthropocentrées influencent notre manière de percevoir, de ressentir et d'interagir avec les technologies : nos habitudes, notre perception du numérique, notre rapport au temps, aux objets et aux écosystèmes.

Connaître l'histoire du concept

L'ecomedia literacy apparaît au début des années **2010** dans un contexte marqué par la généralisation du numérique, la montée des préoccupations climatiques et le développement de l'éducation aux médias. Antonio López constate alors que ces deux domaines évoluent largement de manière indépendante : les programmes d'éducation aux médias interrogent les contenus sans considérer leurs impacts écologiques, tandis que l'éducation au développement durable mobilise peu les outils critiques propres aux sciences de l'information et de la communication.

L'adoption des **Objectifs de Développement Durable** (ODD) par les Nations Unies en 2015 donne une nouvelle portée à cette approche. López développe progressivement un ensemble de ressources pédagogiques, d'ateliers, de guides et de curricula permettant d'intégrer les ODD dans l'enseignement à travers l'analyse critique des médias.

Son travail se distingue par une volonté constante de rendre cette approche accessible à tous les niveaux d'enseignement, de l'école primaire à l'université, grâce à des activités adaptées à différents publics et à une pédagogie fondée sur la participation active des apprenants.

Se situer dans le débat

Les partisans

L'ecomedia literacy est aujourd'hui mobilisée par des chercheurs en communication, en sciences de l'éducation et en études environnementales qui considèrent que la transition écologique suppose également une transition des imaginaires médiatiques. Ils soulignent sa capacité à articuler esprit critique, culture scientifique, créativité et engagement citoyen. Son caractère interdisciplinaire favorise également l'intégration des enjeux écologiques dans des disciplines variées, des sciences humaines aux sciences expérimentales.

Les opposants

Certaines critiques estiment que cette approche accorde une place excessive aux enjeux environnementaux dans l'analyse des médias, au détriment d'une vision davantage centrée sur les usages et les besoins humains. D'autres considèrent que les technologies doivent avant tout être envisagées comme des outils au service de l'humain, plutôt que comme des systèmes à questionner pour leurs impacts.

Percevoir l'actualité et l'usage du concept

L'ecomedia literacy est aujourd'hui de plus en plus présente dans les établissements scolaires et universitaires. Son développement s'appuie notamment sur des ressources en open access mises à disposition par des chercheurs comme Dr López, permettant aux enseignants de s'approprier et d'adapter les contenus. D'autres initiatives peuvent



également être soutenues par les pouvoirs publics et les ministères de l'Éducation, portées par des acteurs externes en collaboration avec les établissements, ou encore émerger de l'initiative individuelle des enseignants qui intègrent ces approches dans leurs pratiques pédagogiques.

Les activités proposées couvrent différents niveaux, du primaire à l'enseignement supérieur, et prennent la forme de séances ponctuelles, d'ateliers pluridisciplinaires ou de projets de longue durée. **Elles mobilisent l'analyse critique de publicités, de campagnes de communication, de contenus audiovisuels, de récits médiatiques ou de phénomènes tels que le climatoscepticisme, la désinformation environnementale ou le greenwashing.**

Une place importante est accordée à la production de **contenus par les étudiants** eux-mêmes. Ceux-ci sont invités à créer des campagnes, vidéos, podcasts ou projets de communication fondés sur des données scientifiques, faisant de la communication un véritable outil d'apprentissage et d'engagement.

Après être passée de la sensibilisation à l'action, l'ecomedia literacy vise également à rapprocher les disciplines en créant des liens entre les études des médias et les sciences environnementales.

Approfondir : les références clés et liens utiles sur cette thématique

- Antonio López, Ecomedia Literacy: Integrating Ecology into Media Education. Routledge, 2023.
- Antonio López, Teach Ecomedia – Ecomedia Literacy Teaching Resources. Ecomedia Literacy. (Ressources pédagogiques en open access)
- Environmental Ideology Database (EID Map). Outil interactif d'exploration des idéologies environnementales.
- Antonio López, « Ecomedia Literacy ». In The International Encyclopedia of Media Literacy. Wiley, 2019.
- Antonio López, ResearchGate Profile. Publications et travaux de recherche sur l'Ecomedia Literacy.
- Antonio López (dir.), The Sustainable Development Goals Handbook: A Media and Information Literacy Guide. Ecomedia Literacy, 2024. (Guide pédagogique en open access sur les Objectifs de développement durable et l'éducation aux médias et à l'information.)

Se projeter



Pourquoi et/ou comment avoir recours à ce concept ?

Pour les professionnels de la communication stratégique, l'ecomedia literacy propose une grille de lecture globale permettant d'interroger à la fois les récits produits, les supports mobilisés, les infrastructures numériques qui les rendent possibles et les comportements qu'ils encouragent.

Cette approche permet de concevoir des stratégies de communication plus cohérentes avec les enjeux de transition écologique, en limitant les risques de greenwashing et en renforçant la crédibilité des organisations. Elle invite également à développer des dispositifs participatifs dans lesquels les publics ne sont plus de simples destinataires des campagnes mais deviennent des acteurs capables d'analyser, de produire et de diffuser des contenus favorisant des transformations durables.



Par son articulation entre pensée critique, culture scientifique, créativité et engagement citoyen, l'ecomedia literacy est un levier concret pour la transition écologique.

Cette fiche a été créée par la Boîte à mots, agence de planning stratégique, spécialiste de la communication en temps de crise et de transition. Elle s'adresse à des professionnels travaillant en lien avec ces sujets et fait partie de la boîte à outils de nos planneurs et marketeurs. Nous la partageons avec plaisir, merci néanmoins d'en faire bon usage ;)

