

Proyecto de investigación I+D: EDU
2010-21395-C03



Competencia Mediática

GUÍA DIDÁCTICA Nº 1.

«LA COMPETENCIA MEDIÁTICA»

PÍLDORAS AUDIOVISUALES EDUCATIVAS. «EL MONOSABIO»



Jacqueline Sánchez Carrero

Profesora del Máster de Educación y Comunicación de la Universidad de Huelva.
jsanchezcarrero@gmail.com



Mari Carmen Caldeiro Pedreira

Miembro de la Red Alfamed y del Consejo Técnico de la Revista Comunicar.
mariccaldeiro@yahoo.es

Revisoras: Paula Renés Arellano, Ana Sedeño Valdellós, Inmaculada Berlanga

En los últimos años se ha comenzado a hablar acerca de un término que alude a un nuevo tipo de competencia y es aquella que hace referencia al individuo del siglo XXI y los medios. Tiene relación con el campo audiovisual en concreto, razón por la cual el concepto hace referencia a esos conocimientos, capacidades y actitudes con las que cuenta un sujeto frente a ese mundo audiovisual. La competencia mediática es, en pocas palabras, la capacidad que tenemos para interpretar y analizar desde la reflexión crítica los mensajes de los medios de comunicación. Está relacionada con el conocimiento que tenemos de los medios y de la tecnología que es con lo que se producen dichos contenidos. Pero no se trata únicamente de saber interpretar sino también de desarrollar la capacidad para producir mensajes en esos medios digitales. Existe una parte real y efectiva en eso de desarrollar las capacidades para ser competentes ante los medios y es que podemos obtener cierta autonomía como ciudadanos y comprometernos social y culturalmente a cambiar lo que no nos gusta de la sociedad en la que vivimos.

Proyecto I+D Competencia Mediática

Proyecto de investigación que tiene como objetivo detectar necesidades y carencias que repercutan en un déficit en la competencia en comunicación audiovisual de la ciudadanía en España. En él participan la Universidad Pompeu Fabra (UFP), la Universidad de Huelva (UHU) y la Universidad de Valladolid.

Título de la píldora audiovisual: La Competencia Mediática.

Enlace al vídeo. La competencia mediática

https://www.youtube.com/watch?v=2I9hTOYw_bg

Duración: 2 minutos 05 segundos

Objetivo: Conocer a qué hace referencia el término «competencia mediática»

Conceptos clave

Audiencia
Competencia mediática
Comprender
Estética
Habilidades
Ideología
Lenguaje
Medios de comunicación
Medios digitales
Mensaje
Publicidad
Producción
Programación
Tecnología
Valores

Proyecto de Excelencia «La Competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza. Estrategias de alfabetización mediática TIC en la sociedad del ocio digital». Grupo de Investigación Ágora

Actividades a realizar con el alumnado antes del visionado

1. Comentarios sobre la competencia del ciudadano en el siglo XXI. ¿Qué tipo de habilidades debe desarrollar el joven hoy?

2. Existen diversos tipos de dimensiones para estudiar el grado de competencia mediática. Según Ferrés y Piscitelli (2007, 2012) estas son:

- Estética: desarrollo de la percepción de lo artístico en cualquier de sus manifestaciones.

- Lenguaje: conocimiento de los códigos necesarios para comprender el lenguaje audiovisual y la capacidad para utilizarlo de modo simple.

- Ideología y valores: capacidad para identificar las ideas (puntos de vista) y valores de cualquier tipo insertos en los mensajes audiovisuales.

- Recepción y audiencia: capacidad para reconocerse como receptor y parte de la audiencia de



los medios.

- Tecnología: manejo de herramientas tecnológicas que tienen que ver con el consumo de los medios audiovisuales digitales.
- Producción y programación: conocimiento so-

bre las rutinas de producción y organización necesarias para realizar un audiovisual y sobre otros aspectos como derechos de autor, software libre, etc.

Actividades a realizar con el alumnado después del visionado

1. Debatir sobre la competencia que cada uno cree que tiene desarrollada.
2. Ejemplo: Mostrar ejemplos de anuncios publicitarios artísticos y otros comunes y corrientes y debatir sobre la dimensión estética.
3. Identificar los planos audiovisuales en anuncios publicitarios.
4. Ejercicio: recortar los planos que conforman una tira cómica (al menos de unas 5 o 6 viñetas) y

- realice otra historia diferente con los mismos planos.
5. Debatir acerca de los conocimientos relacionados con las capacidades de dispositivos móviles, portales como You Tube u otros sitios web para compartir vídeos.
6. Dialogar sobre lo que debe hacer un usuario de los medios si quiere denunciar un contenido determinado y sus posibles razones.

Recursos adicionales

Proyecto Competencia Mediática. <http://www.competenciamediatica.es/>
Competencia mediática en la cultura digital interactiva
https://prezi.com/afq2_f3a-xfk/competencia-mediatica-en-la-cultura-digital-interactiva/
Oficina de Defensa de la Audiencia (Andalucía)
<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/oda/conoce-la-oda>



Bibliografía recomendada

- Aguaded (Ed.) (2012) El reto de la competencia mediática de la ciudadanía. Madrid: UCM.
- Ambrós, A. & Breu, R. (2011). 10 ideas clave educar en medios de comunicación: la educación mediática. Barcelona: Grao.
- Ferrés, J. (2013). «La competencia mediática y emocional de los jóvenes». Publicaciones del Instituto de la Juventud (Injuve).
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2012). «La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores». Comunicar, 38, 75-82.
- Ferrés, J. & otros (2011). Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España. Madrid: Instituto de Tecnologías Educativas, Consejo Audiovisual de Cataluña y Grupo Comunicar.
- V.V.A.A. (2013). Desarrollar la competencia digital. Educación mediática a lo largo de toda la vida. Sevilla: MAD.

Videografía

Competencia mediática y emocional

<https://www.youtube.com/watch?v=Ugp3MmS84wA>

Nuevos conceptos para una educación mediática

<https://www.youtube.com/watch?v=k0kqvxn5OU>

Proyecto competencia mediática

<https://www.youtube.com/watch?v=k0kqvxn5OU>

Contacto: Grupo de Investigación Ágora Huelva (España). Fecha: 2014.

http://www.uhu.es/agora/index.php?option=com_contact&Itemid=3

