

Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

Módulo III

1. La integración de los medios en el currículum: dificultades y oportunidades

A lo largo de la historia de la educación los medios de comunicación han sido un recurso ampliamente utilizado para facilitar el aprendizaje de los estudiantes y para favorecer la expresión y la comunicación de conocimientos, emociones y sentimientos. Medios tradicionales como el cine, la televisión, la prensa o la radio han formado parte de propuestas didácticas con el propósito de acercar al alumnado a nuevos contenidos y aprendizajes significativos que les permitan comprender mejor el mundo que nos rodea.

Actualmente, los medios y tecnologías de la información y comunicación nos ofrecen multitud de recursos que constituyen no solo un elemento facilitador del aprendizaje, sino un factor clave para mantener el interés y la motivación del estudiante ante nuevas tareas y contenidos.



Pero el propósito de este capítulo no es incidir en su uso como recurso educativo, sino poner de relevancia la pertinencia de incluir la educación en medios, la educación en competencia mediática, dentro del currículum. Partimos del hecho de que este constituye un referente para que los centros educativos y los docentes logren el éxito educativo y que para lograrlo es imprescindible que cada profesional de la educación tenga la capacidad para interpretar la legislación vigente de manera que el currículum oficial sea adaptado a la realidad educativa del

contexto en el que ejerce su profesión. Es decir, el docente es quien tiene la última decisión respecto al qué enseñar, cómo enseñar, cuándo enseñar y qué, cómo y cuándo evaluar, tomando como referencia la legislación vigente y la concreción curricular que hace referencia a la etapa educativa en la que se desempeña como profesional de la docencia.

Como ya hemos justificado previamente, la calidad y la excelencia educativa pasa por buscar nuevas formas de favorecer el aprendizaje y lograr la alfabetización mediática que garantice un uso adecuado de los contenidos audiovisuales que constituyen el referente de cualquier niño o joven del siglo XXI. Para lograrlo es necesario integrar la educación en medios desde las primeras edades, de manera transversal y multidisciplinar. Superar este reto no está exento de dificultades, puesto que la rigidez de los programas curriculares, los tiempos que manejan los equipos docentes, la limitación de recursos en algunos casos, o la falta de autonomía de algunos docentes, no permiten aprovechar todo el potencial que la educación en medios puede aportar a la formación integral de una persona.

Sin embargo, y teniendo en cuenta estas y otras dificultades, estamos en un momento y en un contexto privilegiados en el que las oportunidades que tenemos a nuestro alcance son inmejorables para que nuestra escuela, nuestra comunidad educativa, nuestro aula o salón de clase se beneficie de las múltiples investigaciones que están demostrando el valor educativo del uso de los medios en el aula, las buenas prácticas que se van conociendo en escuelas y aulas innovadoras, la imparable creación de herramientas tecnológicas y digitales que tenemos a nuestra disposición para llegar a crear contenidos de calidad.

No hace mucho tiempo que el proceso de edición de un vídeo educativo requería de unos conocimientos técnicos y unos equipamientos fuera del alcance de muchos de nosotros, pero ahora mismo, un móvil, una tableta, nos permite utilizar de manera sencilla y gratuita la imagen como fuente de información y de construcción del conocimiento sin salir del aula.

Hasta hace pocos años un analfabeto era aquel ciudadano que no sabía leer o expresarse por escrito a través del papel. Hoy en día, un analfabeto digital es aquel ciudadano que no puede leer en un formato digital, que no puede escribir a través de dispositivos electrónicos y que no puede comunicarse a través de recursos o plataformas telemáticas. El papel del entorno educativo para eliminar la brecha que separa a los que no poseen las competencias y conocimientos necesarios para comunicarse en entornos digitales de los que sí las poseen es fundamental para asegurar el consumo y producción de información audiovisual adecuado. Ahora más que nunca

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

hemos de aprovechar los recursos, los tiempos y los espacios disponibles para reforzar el currículum escolar y dar respuesta al reto de una educación integral hacia una ciudadanía prosumidora.

2. Claves para integrar los medios en diferentes niveles y contextos de aprendizaje

Diferentes organismos e instituciones referentes en el ámbito internacional como la Comisión Europea o la UNESCO apoyan la inclusión de la alfabetización mediática en el entorno educativo, insistiendo en la necesidad de promover políticas que favorezcan el desarrollo de una ciudadanía capaz de desenvolverse en la era digital. Para tal fin, en los últimos años se insiste en la importancia no solo de desarrollar aprendizajes con medios, sino también de promover un aprendizaje sobre los medios y ante los medios, abriéndose así el enfoque de la alfabetización mediática.



Uno de los principales retos en la integración de los medios y tecnologías de la información y comunicación en la enseñanza consiste en llegar a descubrir los elementos que los configuran, sus sistemas de símbolos y sus estructuras lingüísticas, porque su conocimiento, es la mejor garantía para su óptimo uso en el ámbito escolar. Esto sólo es posible desde una óptica plural e innovadora que contemple una doble dimensión: no sólo la recepción crítica y creativa de los mensajes de los diferentes medios para analizarlos en las diferentes áreas curriculares, sino la

necesidad de abordar los propios medios como lenguajes de creación del alumnado y del profesorado. Desde nuestro punto de vista, una dimensión unilateral, evidenciaría la parcialidad de la explotación didáctica y además, y lo que es más importante, cualquier lenguaje –y los medios, no lo olvidemos, son un lenguaje, o mejor dicho, muchos lenguajes a la vez, con sus propios códigos y normas– requiere para su perfecta competencia la doble perspectiva de la recepción y la producción.

Integrar los medios para su explotación curricular puede abordarse desde una triple perspectiva:

- Como contenido curricular («enseñanza para»), pues, dada su enorme incidencia social será necesario que en el ámbito de la educación formal se inicie al alumnado en sus lenguajes, estructuras, usos y aplicaciones. Este conocimiento se puede hacer tanto desde las distintas áreas y disciplinas, como desde una parcela específica de una asignatura o taller concreto.
- Como recursos didácticos («enseñanza con»), es decir, en tanto que los medios y las tecnologías cumplen un papel esencial como auxiliares pedagógicos para enseñar, mostrar, informar, motivar, investigar, evaluar... Los medios cumplen, en este caso, un papel «transversal» y pueden ser utilizados en todas las materias y disciplinas curriculares, así como en todos los niveles educativos.
- Como medios y recursos de creación y expresión («aprendizaje con»), así los alumnos y alumnas pueden emplear estos nuevos lenguajes y tecnologías con la finalidad de producir mensajes y recibirlos.

Los medios audiovisuales transmiten de forma continuada modelos y pautas de comportamiento, al tiempo que estructuras narrativas y maneras de contar historias, de organizar la información, que implican unos contenidos y formas de leer e interpretar el mundo. Por ello, si la presencia masiva de estos medios ha cambiado la manera de conocer la realidad, filtrándola a través de una nueva realidad –la realidad mediada–, se justifica que desde las instituciones educativas se eduque en este torrente audiovisual.

La introducción de los medios audiovisuales en el aula exige su consideración como medios didácticos, como contenido curricular y como recursos de creación y expresión, teniendo en cuenta, como aspectos básicos, la planificación didáctica de:



Integración curricular de los medios

- El papel del profesorado.
- El dominio por parte del alumnado de los lenguajes y códigos.
- La interacción curricular en el proyecto educativo de los centros y en las programaciones.
- Las modalidades de producción de materiales y la adaptación de éstos a las distintas realidades educativas.
- El desarrollo de una actitud crítica y, por tanto, renovadora del profesorado en relación con los medios.

Existen numerosas experiencias de aprendizaje apoyadas en el uso de los medios como recurso didáctico, pero cada vez son más los profesionales que optimizan estos recursos para cambiar la mirada de los estudiantes hacia la información a la que están expuestos, promoviendo un uso adecuado de los medios de comunicación. En este apartado nos centraremos en mostrar experiencias de uso como recursos y de inclusión en los contenidos curriculares.



Acercar el cine al aula supone una posibilidad extraordinaria para que niños y jóvenes puedan interpretar, conocer y analizar el mundo a través de la pantalla. El cine nos gusta, nos entretiene, nos emociona y posee un potencial educativo incomparable. El adulto acompaña al niño a través de distintas producciones cinematográficas facilitando el conocimiento del lenguaje y las técnicas audiovisuales, la identificación de valores y contravalores, la mirada crítica hacia el contenido. El cine en el aula es un elemento motivador por excelencia, que genera interés por sí mismo, provoca la reflexión, la interpretación de distintas realidades, la confrontación de puntos de vista, y sobre todo ofrece la posibilidad de compartir y disfrutar situaciones especiales y de aprender de ellas en grupo, con los amigos, los compañeros, con el docente que tantas horas dedica diariamente a sus alumnos.

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

Una interesante experiencia es el trabajo realizado en el seno del proyecto *Cinescola* (www.cinescola.info), que desde hace años ofrece propuestas de trabajo al profesorado para introducir el cine en el aula.



Radio

La radio ha constituido un elemento formativo fundamental a lo largo de muchas generaciones, para las que la radio constituía la única fuente de información a la que tenían acceso para poder comprender su realidad y el mundo que les rodeaba. El papel educativo de la radio se pone de relevancia cuando se difunden diferentes programas de alfabetización, principalmente en países en vía de desarrollo. En cualquier caso, no debemos olvidar la vertiente social de la radio que aún hoy en día sigue cumpliendo un papel esencial en muchas comunidades.

En el ámbito escolar la radio ha constituido un elemento dinamizador del acceso a la información, incluyéndose en el currículo principalmente mediante de proyectos de centro, en los que la radio escolar ha supuesto un revulsivo al tratamiento didáctico de este medio. Son numerosos los centros educativos que cuentan con su propia radio escolar, utilizando este medio como un recurso excelente para desarrollar la competencia lingüística y comunicativa, pero también la participación social y el ejercicio activo y responsable de la ciudadanía mediática.

Puede consultarse la interesante experiencia de *Uniradio*, radio universitaria de la Universidad de Huelva (www.uhu.es/uniradio/).



Vídeo relato

Los vídeo relatos o relatos digitales constituyen un recurso privilegiado para mejorar el proceso educativo por utilizar un lenguaje y unos recursos muy atractivos para las jóvenes generaciones

habituidas a utilizar las nuevas tecnologías para comunicarse y para acceder a la información. Son una muestra de la narrativa digital, por lo que han de basarse necesariamente en las técnicas de la narrativa tradicional, de manera que cualquier relato audiovisual ha de estar sustentado en una buena historia, enriquecido con los elementos multimedia adecuados.

Son muchas las experiencias exitosas que han utilizado los relatos digitales o vídeo relatos. En ellas se destacan una serie de elementos constitutivos fundamentales:

1. El punto de vista del autor-narrador: emplear siempre la primera persona «yo...», personal y directo, puesto que lo que se busca es experimentar el poder de la expresión propia a partir de la experiencia o vivencia personal y la comprensión del autor.
2. Cuestión dramática: plantear una o varias preguntas a los perceptores sobre lo que pasará, para que éstos traten de resolverlas a lo largo del relato; esto permite que se mantenga el interés y la atención.
3. Contenido emocional: involucrar elementos o efectos emocionales, que hagan llorar, reír o evocar algún sentimiento.
4. La voz propia: aportar el tono, la inflexión y el timbre de la propia voz para transmitir significado y la intención de una manera muy personal.
5. El poder de la banda sonora: dar relieve a la historia mediante la música y los efectos de sonido, añadiendo complejidad y profundidad a la narración.
6. La economía en los detalles de la historia: presentar los aspectos más relevantes en poco tiempo, usando diversos recursos de representación (fotos, textos, voz) que se complementen. No todos ellos deben «contar» lo mismo, sino complementarse para enriquecer el relato.
7. El ritmo de la narrativa: mezclar ritmos para que se mantenga el interés y se dinamice la historia.

Esos elementos se deben considerar durante todo el proceso productivo, que sigue una serie de etapas.



3. Buscando nuevas fórmulas: de la competencia digital a la competencia mediática por una ciudadanía crítica

La competencia digital es una de las llamadas competencias básicas en los documentos curriculares, con la intención de que los estudiantes hagan un uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación, desarrollando una actitud activa, ética y responsable de las diferentes herramientas informáticas de las que disponen. Sin embargo, la implementación de las diversas estrategias didácticas que permiten este logro en las aulas, se ha visto reducida a un tratamiento más tecnológico que mediático. Los niños y jóvenes españoles utilizan diversas herramientas digitales, aprenden, se comunican y comparten contenidos a través de Internet, pero carecen de la adecuada preparación que les permita un uso responsable y crítico de los medios de comunicación.

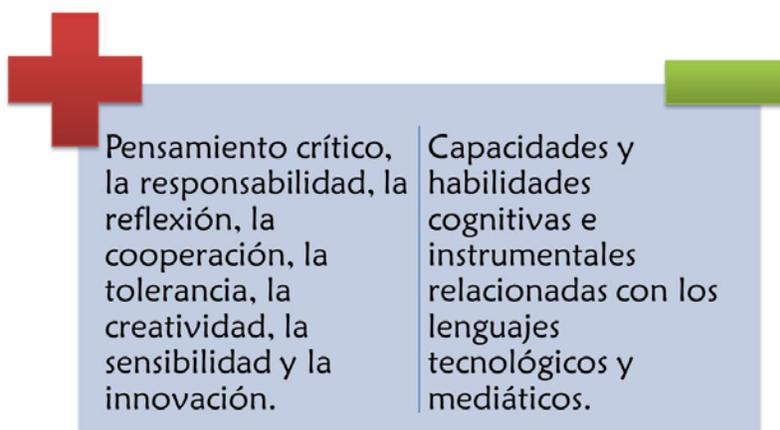
Desde nuestro punto de vista, llegar a diseñar propuestas educativas que garanticen una formación integral de los ciudadanos requiere desarrollar la competencia mediática, superando la competencia digital.

RECUERDA

El concepto de competencia mediática se entiende como «la habilidad de acceder, analizar y evaluar el poder de las imágenes, sonidos y mensajes, a los que nos enfrentamos actualmente en nuestra actividad cotidiana, y que son una parte importante de nuestra cultura contemporánea, así como la habilidad de comunicar de un modo competente mediante los medios disponibles a nuestro alcance...» (Unión Europea, 2007).

Como han señalado Pérez-Rodríguez, Delgado-Ponce, García-Ruiz y Caldeiro (2015, p. 19), esta competencia se refiere a «habilidades para la recepción, la decodificación, la creación y el análisis crítico, ante el exceso de información que no beneficia el conocimiento». Por ello ante la «dispersión comunicativa que provocan y promueven las multipantallas, los usos comunicativos competentes son la clave, ante la falta de comunicación o la desinformación».

Así, desarrollar capacidades y habilidades cognitivas e instrumentales relacionadas con los lenguajes tecnológicos y mediáticos es importante, pero no es suficiente. El desarrollo de la competencia mediática, en consonancia con una adecuada formación para la ciudadanía, tiene que ver, sobre todo, con el pensamiento crítico, la responsabilidad, la reflexión, la cooperación, la tolerancia, la creatividad, la sensibilidad y la innovación. Es ahí donde radica el esfuerzo y hacia dónde deben dirigirse las actividades y experiencias para educar a los niños y jóvenes en el universo de las redes y las pantallas (Pérez-Rodríguez et al., 2015, p. 19).



4. Recursos audiovisuales para desarrollar la competencia mediática

La docencia no debe funcionar al margen del papel trascendental que desempeñan los medios de comunicación en cualquiera de sus posibles usos, pues sin duda mejoran las prácticas pedagógicas de los profesores. Tello y Aguaded (2009) señalan «que todo profesional de la educación debe ir adaptando las formas, estilos de enseñanza y recursos que más convengan para poder formar ciudadanos capaces de desenvolverse en el cambiante medio social».

Por tanto, el interés de este módulo radica en la aportación de propuestas interesantes para intervenir en el aula. Los recursos y actividades que sugerimos permiten el desarrollo de la competencia mediática en cualquiera de sus dimensiones o en su totalidad a través de la utilización de los diversos medios de comunicación y de los distintos formatos en los que se presentan (TV, YouTube, cine, vídeos musicales o prensa escrita). Son aplicables a todos los niveles educativos y adaptables a distintos contextos (formal y no formal). Surgen de diversos proyectos consolidados y avalados por el Grupo Comunicar.

4.1. *Rostros de mujer*. Ludoteca virtual de recursos para analizar estereotipos de mujer en los medios (www.rostrosdemujer.org)

Rostros de Mujer es una ludoteca virtual que pretende analizar de una manera lúdica cómo a través de los medios de comunicación e Internet se perpetúan estereotipos de género, principalmente sobre la mujer. Es una plataforma que recoge numerosos recursos en diferentes formatos: vídeo, prensa, radio, televisión, principalmente vinculados a la publicidad, donde el usuario cuenta con actividades y propuestas formativas para su análisis y reflexión.

Se trata de una ludoteca dirigida principalmente a adolescentes y jóvenes, pero que puede ser también utilizada satisfactoriamente por adultos y por niños a partir de los 10 años. La propuesta de utilización de este recurso está diseñada para que, tanto de manera grupal como individual, se pueda aprender de manera lúdica, con el acompañamiento de un docente o especialista en la temática.

Su formato dinámico e interactivo fomenta la participación activa, propiciando la búsqueda de información sobre el tratamiento de la imagen de la mujer en los medios, a través del uso de

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

plantillas, características icónicas, representaciones reales de los estereotipos, además de diferentes propuestas que dirigen la conciencia crítica hacia la igualdad de género.



El usuario podrá cambiar los mensajes, transformar las imágenes y, en definitiva, aprender a recibir los discursos mediáticos de una manera más crítica, sabiendo discernir cuándo éstos utilizan los estereotipos vinculados a la mujer.

Para el docente o especialista la plataforma ofrece información detallada del proyecto, documentación para ampliar el conocimiento respecto a los estereotipos de género y su relación con los medios de comunicación, información sobre los autores de la plataforma (Grupo Comunicar), además de enlaces a diferentes asociaciones, observatorios o plataformas especializadas en estereotipos de género.

Rostros de mujer lo componen seis apartados audiovisuales: YouTube, Videoclip, Radio, Televisión, Prensa y Cine. En cada uno de ellos figuran materiales especialmente seleccionados pensando en la imagen de la mujer en los medios de comunicación, que pueden ser de gran ayuda al docente o especialista para poder favorecer en los jóvenes y adolescentes un análisis a fondo de cada documento audiovisual.

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

| 1. YouTube | 2. Videoclips musicales | 3. Radio | 4. Televisión | 5. Prensa | 6. Cine |
|--|--|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• vídeos que muestran estereotipos | <ul style="list-style-type: none">• música y canciones en las que la mujer sirve para captar la atención | <ul style="list-style-type: none">• cuñas publicitarias con sonido y muestra del papel de la mujer | <ul style="list-style-type: none">• dibujos animados, series de TV, publicidad, sobre la imagen de la mujer | <ul style="list-style-type: none">• modelos de prensa, magazine-diario y prensa rosa | <ul style="list-style-type: none">• «trailers» que muestran el rol de la mujer |

Todos los medios que aquí se presentan están acompañados por una ficha de «Lectura Técnica» en la que se ofrecen algunos datos técnicos del recurso, como su duración, el tipo de archivo en el que se ha editado, el tamaño, la autoría y el destinatario al que va dirigido. Así mismo, los diferentes recursos se acompañan de una ficha de «Lectura Básica», con explicaciones sobre el contenido de cada objeto, en las que se identifica el lugar y el tipo de falsa creencia que puede afectar a la imagen de la mujer.

A modo de ejemplo, junto a las películas seleccionadas por constituir un potente recurso mediático para concienciar sobre los estereotipos de género, se facilita información desde una perspectiva objetiva de la película, abordando elementos como la escenificación, los personajes, la argumentación, el tipo de planos o el tratamiento estético. También se ofrece una lectura desde un punto de vista subjetivo abordando los sentimientos o emociones que provoca su visionado y el tratamiento de la mujer en el contenido, finalizando con una valoración y reflexión crítica de la película.

En algunos de los recursos se propone también diversos «juegos» que permiten observar la manipulación de las imágenes, transformando la idea de belleza con un tratamiento irónico y provocando un cambio en el mensaje y, por tanto, una transformación de su significado.

Rostros de mujer ofrece diferentes posibilidades para el diseño de sesiones didácticas para trabajar tanto en grupo como de manera individual. Es precisamente su carácter y tratamiento lúdico lo que ofrece un potencial didáctico magnífico para trabajar con niños, adolescentes y jóvenes. Del mismo modo, la amplia y adecuada selección de contenidos permite su implementación tanto en la educación formal como en otros contextos no formales en los que se puede trabajar con estos colectivos.

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

Del mismo modo, y dentro del contexto formal, su versatilidad permite un aprovechamiento por medio de sesiones didácticas de una manera transversal en relación a los contenidos curriculares establecidos para cada etapa, así como el desarrollo de talleres específicos en los que profundizar sobre los estereotipos de género. Una propuesta de taller puede encontrarse en García-Ruiz, Aguaded y Rodríguez (2014), donde se presenta también una valoración de la ludoteca por parte de expertos en educación y en comunicación.

4.2 *Bubuskiski*. Píldoras audiovisuales para desarrollar la competencia mediática

Bubuskiski (www.bubuskiski.es) es una serie audiovisual de animación para desarrollar la competencia mediática en niños y jóvenes a partir de cinco años aproximadamente, en la que sus personajes viven diferentes situaciones que provocan la reflexión y el cambio de actitud hacia una mayor concienciación de nuestras responsabilidades y retos, tanto como consumidores de medios como productores de contenidos audiovisuales.



Los personajes son marionetas que representan situaciones vividas por niños y jóvenes que favorecen la identificación de los receptores con las experiencias y situaciones recreadas en la serie. De esta manera se promueve el interés por el mensaje y por la mejora de las habilidades y estrategias empleadas en el uso de los medios de comunicación y las tecnologías.

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

En cada uno de los nueve capítulos o vídeo clips, de dos o tres minutos de duración, se aborda en profundidad una de las dimensiones de la competencia mediática que han sido presentadas anteriormente, teniendo en cuenta que todas ellas están interrelacionadas y que por tanto se verán reflejadas también en cada capítulo.

Bubuskiski cuenta con una guía didáctica que permite desarrollar propuestas didácticas en el aula o en otros ambientes no formales, mediante una serie de actividades para trabajar las dimensiones mencionadas antes y después del visionado de cada capítulo. De esta manera se ofrece una orientación para que cada docente adecúe las actividades propuestas a los intereses y necesidades de cada grupo de niños y jóvenes.

Exponemos a continuación algunas actividades para desarrollar la competencia mediática en cada una de sus dimensiones, con *Bubuskiski*.

ESTÉTICA

Actividad principal

A partir del visionado del videoclip sobre la dimensión *Estética*, con la guía del docente se promoverá la reflexión y la identificación de la función del color, el sonido, la música o la caracterización de los protagonistas.

Actividades secundarias

- Seleccionar otros formatos audiovisuales en los que se identificarán los elementos que definen la calidad estética de un producto audiovisual y se reflexionará sobre la influencia de su disposición en el mensaje. En otros tipos de formatos mediáticos, como los catálogos publicitarios, obras de arte, etc., se pueden analizar igualmente la presencia de los elementos estéticos que se identifican en las diferentes imágenes.
- Elaborar un mensaje audiovisual, en el que definan específicamente cómo utilizar estos recursos estéticos en función del mensaje que quieren transmitir.

LENGUAJE

Actividad principal

Tras el visionado del videoclip sobre la dimensión *Lenguaje*, se abrirá un debate sobre el potencial del lenguaje en los mensajes audiovisuales, analizando cómo han interpretado el mismo mensaje cada uno de los personajes y cómo la utilización de diferentes tipos de códigos les hace ver la realidad de manera diferente.

Actividades secundarias

- Por grupos se buscarán finales diferentes cambiando el tipo de lenguaje para ver si se modifica significativamente su sentido (música, planos, sonidos, color, diálogos) y se

pondrá en común comprobando si todo el auditorio ha comprendido el mensaje de la misma manera. Para completar el análisis, se pueden identificar las características de cada uno de los personajes, clasificándose en función de los rasgos físicos o psicológicos, la disposición de los planos en las secuencias que aparecen, la posición de la cámara, las expresiones lingüísticas que utilizan, etc.

- Los estudiantes pueden producir su propio corto en pequeños grupos, en los que cada uno contará la misma historia, pero utilizando diferentes personajes, música, etc., combinando y tratando de manera diferente los distintos lenguajes audiovisuales.

IDEOLOGÍA Y VALORES

Actividad principal

La protagonista del videoclip sobre la dimensión *Ideología y valores* muestra cómo superar estereotipos que dominan nuestra sociedad y que se pueden analizar con los estudiantes, a partir de la reflexión del profesor *Openbook*. Se analizará con los estudiantes como modelo de referencia.

Actividades secundarias

- La reflexión e interiorización de la influencia de los medios de comunicación sobre nuestros valores y nuestras propias tendencias ideológicas puede ser el punto de partida para elaborar una tabla de estereotipos de género, culturales, religiosos, o raciales, que pueden identificarse en dibujos animados y películas destinadas al público infantil. De la misma manera se seleccionará una misma noticia publicada en diferentes formatos periodísticos y se identificará la tendencia ideológica del productor de la noticia, analizando el diferente tratamiento de una misma información.
- Como productores de contenidos, en pequeños grupos, se elaborará un anuncio publicitario en el que se transmitan valores positivos y se superen determinados estereotipos.

PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN

Actividad principal

Valentina, la protagonista de este videoclip, se comporta de manera inadecuada en el tratamiento de las imágenes a la hora de crear un contenido audiovisual, con el que muchos de nuestros estudiantes pueden sentirse identificados. Tras el visionado se debatirá sobre la importancia de dominar todo el proceso de producción audiovisual y sobre la responsabilidad en la producción y difusión de contenidos.

Actividades secundarias

- La producción y difusión de contenidos audiovisuales es cada vez más una práctica común entre niños y jóvenes por lo que se elaborará un dossier identificando las herramientas tecnológicas que facilitan el proceso de producción, así como las plataformas que permiten su difusión. Se puede realizar una clasificación de

plataformas de difusión (redes sociales, blogs y webs, Youtube, etc.) y decidir cuál es más conveniente en función del contenido mediático a difundir. De la misma manera, se puede elaborar una clasificación de herramientas de producción de contenidos audiovisuales, para su valoración en función de los criterios establecidos (público objetivo, versatilidad, coste económico, posibilidad de creación de contenidos colectiva, etc.).

- Los estudiantes pueden producir un contenido y decidir cómo llevar a cabo el proceso de producción, tras elaborar una memoria técnica que recoja todas las fases para la producción y la difusión posterior del contenido.

TECNOLOGÍA

Actividad principal

El videoclip destinado a la dimensión *Tecnología* permite un acercamiento a las herramientas que hacen posible la comunicación audiovisual. Tras su visionado pueden analizarse los elementos necesarios para producir mensajes de calidad mediante estos dispositivos tecnológicos y cómo utilizar cada uno de ellos.

Actividades secundarias

- Los estudiantes pueden seleccionar diferentes mensajes audiovisuales y elaborar un registro de los diferentes recursos tecnológicos necesarios para su producción y difusión.
- La producción de un mensaje audiovisual en pequeños grupos requerirá de la selección de las herramientas tecnológicas más adecuadas, así como de su utilización para grabarlo y emitirlo. Cada grupo puede elegir un medio de comunicación y comprobar la versatilidad de dichas herramientas o la especificidad de cada una en función del medio elegido.

RECEPCIÓN E INTERACCIÓN

Actividad principal

En el videoclip destinado a la dimensión *Recepción e interacción*, la protagonista transmite una noticia y ésta es recibida por diferentes personajes desde su propia perspectiva provocando diferentes interpretaciones de la misma. A partir de su visionado los estudiantes deberán reflexionar sobre su percepción como consumidores de medios, valorando críticamente los elementos emotivos, racionales y contextuales que interfieren en la interpretación personal de un mismo mensaje audiovisual.

Actividades secundarias

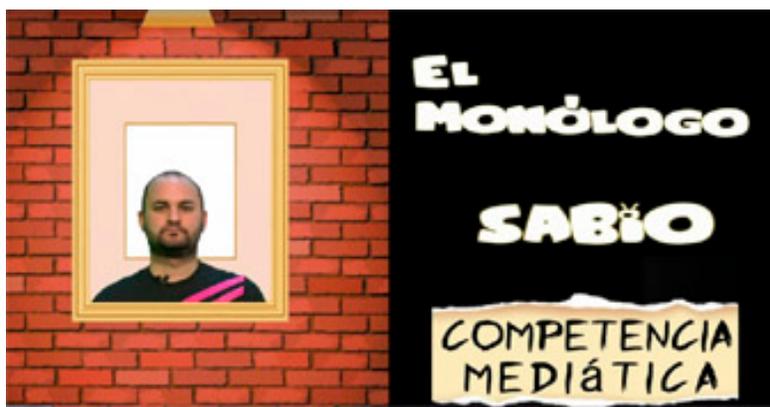
- La importancia de reconocerse como audiencia y de reconocer la influencia de los

medios de comunicación en nuestras emociones y en nuestros sentimientos puede trabajarse a partir de la puesta en común de la interpretación del grupo de una misma información. Por ejemplo, a partir de un anuncio, de una noticia o de una película. La dimensión *Recepción e interacción* debe abordarse también mediante actividades grupales que favorezcan el diálogo y la reflexión sobre el consumo excesivo de medios, sobre el poder de los medios en nuestras decisiones cotidianas, abordando tanto la parte más racional de nuestras decisiones como las emociones que nos hacen tomarlas, o incluso el consumo inconsciente de mensajes audiovisuales que pasan desapercibidos por nuestro cerebro más racional, pero que sin duda nos influyen como audiencia.

- En la faceta de producción de mensajes audiovisuales, seleccionar un producto mediático, y elaborar un listado de recursos o estrategias a tener en cuenta para que el receptor de este mensaje se sienta influido por él, en el sentido que el productor del mensaje desea.

4.3. *El Monosabio*, Monólogos para desarrollar la competencia mediática

El Monosabio (<https://revistacomunicar.wordpress.com/2015/04/04/la-competencia-mediatica-pil-doras-audiovisuales-educativas-el-monosabio/>) es una serie de monólogos humorísticos de siete vídeos, de unos tres minutos de duración, que hacen referencia a cada una de las dimensiones que componen la competencia mediática. Se aprovecha este género para transmitir conocimientos básicos acerca de la educomunicación.



3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

Los contenidos que se proponen abarcan desde el concepto de prosumidor, competencia mediática, audiencia como receptora de mensajes, formato que usan los medios, hasta la estética. Está destinado a jóvenes y adultos que pueden ser guiados por un experto para profundizar en el valor de la alfabetización mediática.

1. Competencia Mediática

- Descripción del concepto con situaciones anecdóticas de lo que no es competencia mediática para terminar con la definición correcta.
- Ejemplos relacionados con la publicidad y el concepto de belleza.
- El objeto es desvelar lo que transmiten los medios.

2. Prosumidor

- Explicación del concepto que une las funciones del productor y consumidor.

3. Autor

- Qué significa ser autor de un contenido audiovisual.
- La construcción e intereses de los que generan contenidos.

4. Formato

- El lenguaje audiovisual a través de distintas situaciones graciosas sobre los planos y la técnica del croma.

5. Audiencia

- No todo el mundo experimenta los mensajes que recibe de los medios de la misma manera.
- Ejemplos de programas reconocidos de la televisión.

6. Contenido

- Qué quieren inculcar los contenidos de los medios.
- Ejemplos de la publicidad y del mundo del cine para demostrar que los medios incorporan valores y puntos de vista en sus mensajes.

7. Propósito

- Finalidad y objeto del mensaje, ¿qué me quieren vender o de qué me quieren convencer?

Cada uno de los vídeos o píldoras audiovisuales se acompaña de una guía didáctica y todas ellas comparten una misma estructura: una ficha con los términos ordenados alfabéticamente que identifican los contenidos más representativos referidos a la temática y una serie de actividades adaptadas para realizar antes o después del visionado de la píldora.

Finalmente, se ofrecen recursos adicionales entre los que se encuentran: referencias recomendadas, bibliografía y videografía vinculados con cada una de las dimensiones a las que se hace referencia.

Sánchez y Caldeiro (2015) nos ofrecen un ejemplo de guía didáctica del primero de los vídeos, con una actividad previa al visionado y otra actividad posterior, que veremos a continuación.

El Monosabio. Monólogo humorístico sobre competencia mediática

1. COMPETENCIA MEDIÁTICA

Actividad previa al visionado

Iniciar un debate sobre la competencia del ciudadano en el siglo XXI.

- ¿Qué tipo de habilidades debe desarrollar el joven hoy?
- ¿Cómo se puede hacer un uso correcto de la información que utilizamos?
- ¿Somos críticos con la información que recibimos o nos sentimos manipulados?

Actividad posterior al visionado

1. Debatir sobre las competencias que cada uno cree que tiene desarrolladas.
2. Mostrar ejemplos de anuncios publicitarios y determinar cuáles podríamos calificar como «artísticos» y por qué en función de lo conocido sobre el valor de la dimensión estética de la producción audiovisual.
3. Identificar los planos audiovisuales en anuncios publicitarios.
4. Recortar los planos que conforman una tira cómica (al menos de unas 5 o 6 viñetas) y realizar otra historia diferente con los mismos planos.
5. Debatir acerca de los conocimientos relacionados con las capacidades de dispositivos móviles, portales como YouTube, 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.

CONCLUSIÓN

La integración curricular de los medios y tecnologías constituye un reto para la docencia.

El desarrollo de la competencia mediática es una meta a la que los docentes no pueden renunciar si se pretende educar a una ciudadanía crítica.

Hay numerosas alternativas lúdicas y formativas eficaces para poder trasladar al aula contenidos vinculados a los medios de comunicación y las tecnologías que permitan una adecuada alfabetización mediática.

REFERENCIAS

- Aparici, A. & García-Matilla, A. (1998). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones la Torre.
- García-Ruiz, R., Aguaded, I. & Rodríguez, A.I. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación: Resultados y valoración de “Rostros de Mujer”. *Prisma Social*, 13, 576-609. <http://goo.gl/EmoqLg>
- Pérez-Rodríguez, M.A., Delgado-Ponce, Á., García-Ruiz, R. & Caldeiro, M.C (2015). Niños y jóvenes ante las redes y las pantallas. La educación en competencia mediática. Barcelona: Gedisa.
- Tello Díaz, J. & Aguaded, J.I. (2009). Desarrollo profesional docente ante los nuevos retos de las tecnologías de la información y de la comunicación en los centros educativos. *Revista Pixel-Bits*, 34, 31-47.
- Ramírez-García, A.; Renés-Arellano, P. & Sánchez-Carrero, J. (2013) Educación artística y competencia mediática en el currículo de Educación Primaria. *Historia y Comunicación Social*. 18, 673-686.
- Ramírez-García, A., Renés-Arellano, P. & Caldeiro-Pedreira, M. C. (2014). ¿Quedamos para ver el fútbol? La competencia mediática y el área de educación física. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, (26) 46-51. Recuperado de <http://goo.gl/ILFZh2>.
- Ramírez-García, A., Renés-Arellano, P. & García-Ruiz, R. (2014). Presencia de la competencia mediática en los objetivos curriculares de la etapa de educación primaria. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 26(1), 137-159. doi:10.14201/teoredu2014261137159
- Sánchez, J. & Caldeiro, M.C. (2015). La competencia mediática. Píldoras audiovisuales educativas. “El monosabio”. *Aularia, el país de las aulas. Revista digital de educomunicación*, 2, 109-112. Recuperado de www.aularia.org/ContadorArticulo.php?idart=217.
- Unión Europea. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 20 de diciembre de 2007, «Un

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital» [COM (2007) 833 final - no publicada en el Diario Oficial]. Recuperado de <http://goo.gl/Dv8Qhk>

PARA SABER MÁS...

➤ *Aula creativa. Portal de la Educomunicación*

Es un portal (www.uhu.es/cine.educacion/index2.htm) gestionado y creado por Enrique Martínez-Salanova para la Educomunicación/alfabetización mediática/educación permanente en el que se puede acceder a multitud de recursos y experiencias, investigaciones, documentos y materiales de muy diversa índole para quienes quieran hacer de las aulas un espacio creativo. Destacan, entre sus secciones, *Cine y educación*, destinada a quienes deseen aprender de cine, de educomunicación, de tecnología de la educación, de didáctica del cine, de la enseñanza del cine y del cine como elemento para conocer la sociedad y mejorarla, *Aularia*, una revista digital sobre las posibilidades educativas y comunicativas que tengan que ver con la educomunicación, desde su vertiente más práctica y lo que ésta entraña necesariamente de reflexión y teoría; *El periódico en las aulas*, para utilizar el periódico en la educación, con unidades que ofrecen textos que invitan a la acción y a la reflexión y una guía didáctica para aplicar en el aula; y *Experiencias de educomunicación*, desde las aulas y desde los medios.

➤ *El cine en la escuela. Propuestas didácticas de películas para Primaria y Secundaria*

Ramón Breu y Alba Ambrós son los autores de este libro, publicado en 2011 por la editorial Graó y el proyecto CinEscola (www.CinEscola.info). Contiene una exclusiva selección de doce películas para trabajar el cine en cada ciclo de Educación Primaria y Secundaria, además de en cursos superiores, incluso en formación de adultos o en contextos no formales. Cada película viene acompañada de una propuesta didáctica completa, con orientaciones para el docente, además de una serie de actividades que favorecen una mirada interdisciplinar tomando el cine como elemento vertebrador. Para los niños de entre 6 y 12 años se seleccionan: *Happy feet: rompiendo el hielo* (2006), *Ratatouille* (2007), *Azur i Asmar* (2006), *Wall-E* (2008), *Mi monstruo y yo* (2007) y *Un puente hacia Terabithia* (2007) para los más mayores. Para estudiantes de entre 12 y 16 años, recomiendan: *El niño del pijama de*

rayas (2008), *Cobardes* (2008), *Ágora* (2009) y *El señor de la guerra* (2005). A partir de los 16 se ofrece: *V de Vendetta* (2006) y *Banderas de nuestros padres* (2006).

➤ *Telekids*. Taller de cine y televisión para niños

Telekids (<http://tallertelekids.blogspot.com.es/>) es un taller de cine y televisión dirigido a niños y niñas entre 8 y 12 años. Los niños escriben sus guiones, graban con cámara, aprenden sobre sonido e iluminación y editan mientras empiezan a desarrollar una mirada crítica ante los medios de comunicación. Los objetivos abordan la producción audiovisual, de manera que se enseñe al niño cómo se construyen los programas de televisión, el cine, y el audiovisual en general; la experimentación de diferentes actividades, a nivel básico: redacción del guión, manejo de la cámara, conocimientos de los elementos del sonido y la iluminación y edición de su propio audiovisual; y la lectura crítica de los contenidos audiovisuales, iniciando al niño en el análisis de distintos géneros audiovisuales como dibujos animados, series de TV, películas, publicidad e informativos.

➤ *Descubriendo la Caja Mágica*. Aprendemos a ver la tele. Enseñamos a ver la tele

Este material didáctico, realizado por Ignacio Aguaded (www.grupocomunicar.com/index.php?publicacion=descubriendo-la-caja-magica-ensenamos) pretende aprovechar al máximo las posibilidades de la introducción de la televisión en el currículum. El programa didáctico se orienta a profesorado y alumnado, a partir de 11 o 12 años y pretende lograr el visionado de la programación televisiva desde una mirada crítica, activa y creativa de los contenidos mediáticos, favoreciendo su uso lúdico y responsable. En la Guía Didáctica se presentan los contenidos elementales de una programación didáctica para trabajar la televisión desde una visión multidisciplinar del currículum, desarrollando los objetivos, contenidos, criterios de evaluación y estrategias didácticas necesarias para lograr la competencia televisiva como docente y también en los estudiantes. *Aprendemos a ver la tele*, consta de cinco módulos de trabajo, en los que a través de diecisiete unidades didácticas, se plantean actividades para conocer y aprovechar la *caja mágica*, desde el acercamiento al papel que los medios de comunicación en nuestras vidas y cómo hacer un uso adecuado, hasta conocer qué hay detrás de la tele, cómo funciona, cuál es su finalidad social, etc. El viaje continúa reflexionando sobre el tipo de programación que nos gusta, cómo son los contenidos que nos hacen disfrutar, y analizando en profundidad tres géneros televisivos: la información, la publicidad y el entretenimiento. También se propone la reflexión sobre

nosotros como parte de la audiencia de este potente medio de comunicación, para un consumo inteligente de la programación televisiva. Se incluyen con una serie de propuestas didácticas para estar en condiciones de producir creativamente nuestro propio material audiovisual, convirtiéndonos en telespectadores activos y competentes ante los medios de comunicación.

➤ *Radio menuda. Compartiendo vivencias, eliminando brechas*

El Centro de Educación Especial *Fernando Arce*, de Cantabria (España) cuenta con un programa radiofónico incardinado en su proyecto educativo. Los objetivos planteados en este proyecto de radio escolar pueden sintetizarse en los siguientes: Trabajar e integrar a través de la radio las distintas áreas del currículum, dando especial prioridad a las habilidades de comunicación y socialización. Aprovechar el uso de las emisiones radiofónicas, como medio de comunicación nutrido de las vivencias, intereses y circunstancias cotidianas que viven los alumnos, en relación con sus entornos más próximos. Desarrollar la competencia mediática a través de la estimulación en la recepción, comprensión y emisión de mensajes. Favorecer la adquisición de competencias que mejoren la inclusión del alumnado en la sociedad, como el trabajo colaborativo, la comunicación oral y escrita y una mayor autonomía.

Para lograr estos objetivos, se cuenta con un taller de audiovisuales como organizador y lugar de creación y análisis, que tiene lugar a lo largo de la semana escolar. Durante el taller se trabajan los contenidos que se incorporarán en el programa de radio además de analizar y reflexionar sobre lo producido cada semana. Se trata de facilitar el acceso del alumnado a su contexto mediático a partir de visualizar juntos las noticias emitidas cada tarde en televisión y la prensa escrita, compartiendo, analizando y discutiendo, a partir de su contenido, y de la percepción que de él tienen los alumnos.

Radio Menuda se emite semanalmente con una serie de secciones fijas (las noticias, los deportes, las dedicatorias, el menú diario, el tiempo.) y otras variables en función de las situaciones vividas cada semana. Todos los estudiantes participan en las diferentes secciones a lo largo del curso.

Los resultados que ponen en valor el sentido de esta radio escolar revelan que los estudiantes sienten la realidad del contexto de forma más cercana; se favorece la motivación y el interés

3 – Los medios como recurso didáctico y como contenido curricular

por investigar y por buscar respuestas a múltiples cuestiones que van surgiendo; se refuerzan los valores sociales y la mirada crítica de la realidad; se fomenta la comunicación, tanto escrita, a través de la lectura de la prensa y la elaboración propia de noticias, como la oral, a través de la emisión de los programas; se potencia la creatividad, el uso de Internet y el gusto por los medios de comunicación, como herramienta útil para favorecer la socialización con los otros y la adquisición de competencias curriculares.