

Título: Desarrollo de competencias mediáticas digitales e informacionales, en el alumnado de TIC's y Medios de Comunicación Social del Grado de Educación Social

Eduardo Fernández Rodríguez*, José Miguel Gutiérrez Pequeño+, Rocío Anguita Martínez++, Sara Lorena Villagrà Sobrino**

*Departamento de Pedagogía, Facultad de Educación de Palencia; +Departamento de Sociología, Facultad de Educación de Palencia; ++** Departamento de Pedagogía, Facultad de Educación y Trabajo Social de Valladolid

email del coordinador/-a: eduardo.fernandez@uva.es

RESUMEN: Se presenta la memoria final de un proyecto de innovación cuya finalidad era la de incorporar al aula una serie de prácticas de alfabetización y educación mediática, digital e informacional vinculadas con tres ideas clave en la educomunicación, la alfabetización transmedia y la educación mediática con enfoque de género. En la primera parte se expone el grado de cumplimiento de los objetivos del proyecto principalmente en relación con: a) el diagnóstico respecto de cómo se conforman las identidades mediáticas de los jóvenes universitarios que acceden a los estudios del grado de educación social; b) la evaluación de la adquisición de competencias mediáticas, digitales e informacionales en las y los jóvenes universitarios, a través del diseño e implementación de propuestas educativas orientadas a los principios arriba citados; c) ofrecer guías de trabajo, instrumentos de evaluación, recursos y materiales que permitan el desarrollo de proyectos de alfabetización y educación mediática, digital e informacional con especial énfasis en la perspectiva de género y la intervención social y comunitaria. En la segunda parte se plantean las principales dificultades relacionadas con la declaración del estado de alarma. Posteriormente se mencionan las principales herramientas y recursos utilizados (espacio web del proyecto, plataformas digitales utilizadas en la docencia). En la cuarta parte se expone una síntesis de los principales resultados del PID (deconstrucción del mito del nativo digital, adoptar una concepción ecológica y sistémica del aprendizaje y un enfoque multialfabetizador en la enseñanza mediática), así como de los obstáculos y limitaciones para la realización del proyecto. Finalmente, se desarrollan una serie de conclusiones en la línea de potenciar una ciudadanía creadora y participativa en los generación y difusión de contenidos tecno-mediáticos.

PALABRAS CLAVE: proyecto, innovación, docente, educación mediática, alfabetización digital, evaluación de competencias, intervención socio-comunitaria

1.- GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS, HERRAMIENTAS Y RECURSOS UTILIZADOS

A continuación, se exponen los principales resultados referidos a los distintos objetivos planteados durante el proyecto:

1. Realizar un diagnóstico inicial de carácter exploratorio respecto del papel que juegan los medios de comunicación, las tecnologías digitales y las redes sociales en la conformación identitaria de los jóvenes universitarios

1.1. Se ha diseñado e implementado un cuestionario denominado “Comunicación, consumo cultural e identidades mediáticas” (ver ANEXO 1), cuyo objetivo era el de reconocer el papel que juegan los *social media* en nuestra construcción identitaria, y si es posible asignar a las redes sociales un papel que le permita desarrollar sociedades democráticas y contribuir a generar vínculos sociales solidarios e inclusivos.

Como producto a desarrollar se trataba de responder reflexivamente a través de este cuestionario abierto, acerca del rol que están jugando los medios de comunicación en nuestras vidas, (Internet, TV, Radio, Publicidad, Cine, Música, redes sociales) y el papel de la educación en ofrecer modelos alternativos a los que dominan el paisaje audiovisual.

Las categorías de análisis utilizadas partían del enfoque propuesto por Sampedro (2004) en el que establecen diferentes modalidades de producción y difusión de las identidades mediáticas en el ecosistema mediático, y del que el equipo del PID hizo un proceso de revisión y modificación que se concretaría finalmente en las siguientes categorías e indicadores analíticos en los diferentes géneros mediáticos:

- Género televisivo: identidades oficiales (“Tv institucionalizada”), identidades populares (“Tv masiva”), identidades hegemónicas (“portabilidad mediática”), identidades minoritarias (uso de Smart Tv instalada en el espacio personal/doméstico)
- Género cinematográfico: identidades oficiales (“efecto realidad”), identidades populares (“otros efectos...”), identidades hegemónicas (“visionado conectado en PCs, tablets...”), identidades minoritarias (“visionado en salas de cine”)
- Género deportivo: identidades oficiales (“presencias mediáticas del deporte de masas”), identidades populares (“presencias mediáticas no masivas e institucionanalizadas del deporte”), identidades hegemónicas (“transmisión de valores asociados a la cultura de la competitividad y el éxito”), identidades minoritarias (valores asociados con la colaboración, la solidaridad”)

- Género asociado a la moda: identidades oficiales (“uso mediático de marcas distintivas y excluyentes”), identidades populares (“uso mediático de marcas de corte popular y masivo”), identidades hegemónicas (“recepción del producto a través de las redes sociales”), identidades minoritarias (recepción del producto a través de otras plataformas mediáticas”)
- Género asociado a la moda: identidades oficiales (“uso mediático de marcas distintivas y excluyentes”), identidades populares (“uso mediático de marcas de corte popular y masivo”), identidades hegemónicas (“recepción del producto a través de las redes sociales”), identidades minoritarias (“recepción del producto a través de otras plataformas mediáticas”)
- Género musical: identidades oficiales (“consumo de la industria musical producida hasta s. XX”), identidades populares (“consumo de la industria musical desarrollada a partir del s. XXI”), identidades hegemónicas (“recepción del producto a través de las redes sociales”), identidades minoritarias (recepción del producto a través de otras plataformas y artefactos mediáticos)

1.2. También para realizar este diagnóstico inicial se ha desarrollado una práctica de trabajo que hemos denominado como “Desafíos Tecnomediáticos: redes sociales e instagram” (ver ANEXO 2) implementado, en este caso, en las aulas de TIC de las asignaturas del Grado de Educación Social de Valladolid y de Palencia. El objetivo era, por un lado, y respecto de las redes sociales, el utilizar la plataforma YouTube como dispositivo que nos permita acercar a distintos usuarios/as y colectivos cuestiones relacionadas con el ocio, el entretenimiento y los bienes culturales de consumo; por otro lado, también se perseguía potenciar el uso de redes sociales como Instagram como forma de apoyar y mediar el proceso de acción creativa, representar emociones, conocer la realidad o favorecer la creación de historias

Como producto a desarrollar se trataba en el caso del desafío en relación con el entorno YouTube de utilizar dicha red y servicio de usuarios para crear un vídeo final en el que el alumnado recomendase un libro, una película y una canción; mientras que para el caso de la red social de Instagram se les pedía que contaran una historia incorporando la fotografía a la narración. Como ya señalamos, en ambos casos el objetivo transversal del proyecto era crear en las aulas universitarias espacios colectivos de intercambio cultural que permitan incorporar saberes y conocimientos como clave de una ciudadanía activa y participativa.

Las categorías de análisis utilizadas también parten del enfoque propuesto por Sampedro (2004) antes citado respecto de la producción y difusión de identidades mediáticas, aunque en este caso ampliadas con la propuesta de Sola Morales (2013) en la que se plantea el análisis de las narrativas mediáticas desde una triple dimensión: afectivas, culturales y cívicas.

2. Desarrollar un instrumento de evaluación del proceso de adquisición de competencias mediáticas y digitales en el alumnado del Grado de Educación Social

2.1. Se ha desarrollado un instrumento de evaluación de adquisición de competencias mediáticas y digitales en las asignaturas, a partir de la revisión de los trabajos desarrollados por Ferres & Piscitelli (2012) y de la Iglesia (2020), revisados por el equipo del PID para su utilización docente como instrumentos de evaluación de los procesos de apropiación tecnomediática por parte del alumnado universitario (ver ANEXO 3).

El foco de estudio se centraba en analizar los procesos de educación mediática concebidas como actividades socioculturales (Rogoff, 1997) en las que se entrecruzan 3 planos o dimensiones diferentes de análisis que nos permiten observar el desarrollo y el aprendizaje como un todo interconectado:

- el plano del Aprendizaje en la Sociedad Aumentada: se buscaba observar cómo los y las jóvenes universitarias aprenden como individuos activos insertos en una sociedad culturalmente organizada en torno a los medios y las tecnologías digitales de la comunicación y la información.
- el Plano de la Participación que busca analizar los principales elementos de formación y aprendizaje que se ponen en juego a la hora de realizar una serie de actividades académicas que tienen por objetivo formar a las y los futuros profesionales, en este caso de la Educación Social, en temas relacionados con los medios y las tecnologías digitales.
- el Plano de la Apropiación Participativa: estudiar la manera en la que el alumnado que participa de las actividades propuestas se apropia y adquiere una serie de competencias y habilidades mediáticas, que necesariamente, podrá incorporar a su participación como ciudadano/a de la Sociedad Aumentada y Digital.

3. Incorporar prácticas educativas basadas en los enfoques de educomunicación y alfabetización transmedia que amplíen la competencia mediática y digital del alumnado del Grado de Educación Social. Generar materiales y recursos de educación mediática que habiliten el desarrollo de proyectos de intervención social y comunitaria en el ámbito de la formación inicial de educadores y educadoras sociales

3.1. Elaboración e incorporación al aula de guía de trabajo “diseño y producción de tecnobiografías: narrativas mediáticas identitarias” (ver ANEXO 4). Esta guía pretendía orientar el trabajo docente en relación con varias preguntas iniciales:

- ¿Somos conscientes del papel que han jugado las tecnologías de la información y la comunicación en nuestras vidas?
- ¿Podemos pensar lo que somos sin la relación que hemos establecido con los medios de comunicación?

El producto a desarrollar era el de realizar con el alumnado una indagación tecno-biográfico-narrativa de la relación que establecemos con las TIC y los mass media, comprendiendo cómo nuestra construcción de la realidad y la propia conformación identitaria, se hayan informadas y mediadas por procesos vinculados a los medios de comunicación, las tecnologías digitales y las redes sociales.

3.2. Elaboración e incorporación al aula de guía de trabajo “análisis crítico de narrativas mediáticas hipertextuales” (ver ANEXO 5). Esta guía pretendía orientar el trabajo docente en relación con varias preguntas iniciales:

- ¿Somos conscientes de que vivimos en un mundo de imágenes?
- ¿Qué dimensiones hemos de tener en cuenta a la hora de comprender nuestra experiencia visual?
- ¿Qué papel juegan los nuevos modos de comunicar, informar y narrar surgidos en el marco del ecosistema digital?
- ¿Qué dimensiones hemos de tener en cuenta a la hora de comprender estas nuevas arqueologías de la comunicación basadas en el concepto de narrativas interactivas?

El producto a desarrollar era el de realizar un análisis crítico de las narrativas hipertextuales en nuestro entorno tecno-mediático. Para lo cual se proponía al alumnado para la expresión y circulación de ideas a través del lenguaje visual, hipermedia, etc., y comprender las funciones de los medios de comunicación y las tecnologías digitales para conformar la mirada. También se trataba de que pudieran evaluar de forma crítica los contenidos mediáticos relacionados con el mundo de las imágenes y las narraciones digitales interactivas, tomando decisiones en tanto usuarios y productores tecnoculturales (Aparici&García-Marín, 2018)

3.3. • Elaboración e incorporación al aula de guía de trabajo “nuevas alfabetizaciones digitales e interactivas en contextos de intervención social y comunitaria” (ver ANEXO 6).

Con esta guía se pretendía que el alumnado repensara las vías actuales de comunicación, información, intervención artístico-cultural, política y ciudadana en la sociedad aumentada; formulando así propuestas de alfabetización digital, mediática, audiovisual o informacional en los diferentes ámbitos y contextos de la educación social.

3.4. • Elaboración e incorporación al aula de guía de trabajo “diseño de proyectos educativos transmedia con enfoque socio-comunitario” (ver ANEXO 7). Esta guía pretendía orientar el trabajo docente en relación con varias preguntas iniciales:

- ¿Qué producción transmedia y qué prácticas de intercambio están desarrollando los adolescentes y/o estudiantes universitarios en los nuevos entornos mediáticos?
- ¿Qué estrategias de aprendizaje informal están desplegando los adolescentes y/o estudiantes universitarios fuera de la escuela?
- ¿Cómo pueden recuperar estas prácticas las escuelas/universidades para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje dentro de la institución?
- ¿Qué pueden aprender las instituciones educativas de la narrativa transmedia? ¿Cómo podrían integrarse los contenidos generados por los estudiantes en el proceso de aprendizaje?

El producto a desarrollar era el de generar un proyecto educativo transmedia con perfil socio-comunitario (Irigaray&Lovato, 2015) que facilitara dos objetivos de aprendizaje: por un lado, capacitarle para incorporar en el diseño de proyectos sociales nuevas formas comunicativas y culturales con especial énfasis en el uso de códigos multimodales; y por otro lado, que se incorporen a las destrezas profesionales del educador/a social aquellas relacionadas con las capacidades para evaluar y crear contenidos a través de múltiples plataformas, utilizando diversos lenguajes y mostrando una actitud ética y responsable en la producción cultural con el entorno.

4. Incorporar una perspectiva de género en la educación mediática universitaria, capaz de contrarrestar los discursos, representaciones, roles y estereotipos de carácter andro-hetero-sexista con respecto a las mujeres, y el papel diferencial y desigual que se les atribuye en el consumo cultural.

4.1. Elaboración de un material didáctico de trabajo “Claves para una educación feminista de la mirada frente a la cultura mediática del capitalismo patriarcal” (ver ANEXO 8). En dicho material se plantean algunas preguntas clave y objetivos como los siguientes:

- ¿Qué rol juegan las comunicaciones y los dispositivos tecno-mediáticos en la reproducción y ampliación de la colonialidad del poder en el marco del sistema-mundo moderno/colonial capitalista/patriarcal eurocéntrico?
- La preeminencia del exceso de imágenes y de lo visual, y la transformación socioeconómica a través de la tecnología y la cultura-Red, ¿no están contribuyendo a reforzar las desigualdades, sobre todo en clave de género?
- ¿No deberíamos explorar las estrategias discursivas de la política de la posverdad que, a través de un discurso visual posmachista y de continua hostilidad y violencia misógina a través de y en los entornos digitales, permiten el cuestionamiento de la existencia de la violencia de género como problema social vinculado a la desigualdad estructural (Núñez Puente y Fernández, 2018)?
- ¿Qué estrategias de educación mediática podemos implementar para romper con la violencia simbólica (Aquilina Fueyo y Susana de Andres, 2017) de una ideología ocularcentrista capitalista/patriarcal que reproduce imaginarios sociales que han objetualizado a las mujeres reduciéndolas a imagen, modelo-arquetipo, no-sujeto, etc, sometiendo y vigilando sus tiempos de “vida conectada” en tanto reproductoras de la vida (que no productoras).

2.- ACCIONES SUSPENDIDAS O REDEFINIDAS DEBIDO A LA PÉRDIDA DE LA PRESENCIALIDAD ACADÉMICA POR EL ESTADO DE ALARMA.

Principalmente las acciones que se han visto suspendidas en relación con la pérdida de presencialidad académica derivadas del Estado de alarma consideramos que serían:

- Por un lado, la no realización de las grabaciones de las píldoras de conocimiento que deberían haber sido realizadas en el servicio de medios audiovisuales de la Uva durante el último trimestre del curso académico, a saber: “vivir en la sociedad aumentada”, “nuevas concepciones de la alfabetización en el contexto de la modernidad líquida”, “cambios y rupturas asociadas con la ciudadanía digital”, “mutaciones socioculturales de los ecosistemas tecno-mediáticos”, “conformación de identidades mediáticas en un mundo entre pantallas”, “cultura visual, cultura narrativa y educación de la mirada desde una perspectiva feminista”.
- Por otro lado, la pandemia ha afectado en la posibilidad de dar difusión a los resultados derivados del proyecto de innovación en congresos (cancelados) relacionados con la alfabetización mediática, la tecnología educativa y la formación del profesorado a los que pensábamos asistir (p.e. XVIII Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa JUTE 2020 Salamanca, European Conference on Educational Research (ECER) 2020, Venue University, Glasgow)

3.- HERRAMIENTAS Y RECURSOS UTILIZADOS

- Espacio web del PID (que se incluirán dentro de la página web del grupo CEAEX (<https://ceaex.uva.es>) con repositorio del material para la formación en educación mediática, digital e informacional, y los instrumentos e informes generados durante el desarrollo del mismo que se especifican en los diversos anexos.
- Portales digitales creados para el desarrollo y difusión de los proyectos “nuevas alfabetizaciones digitales e interactivas en contextos de intervención social y comunitaria: alfabetización de personas mayores” (<https://edusouva2019.wixsite.com/website>), “diseño de proyectos educativos transmedia con enfoque socio-comunitario” (<http://medialabceaex.uva.es/2019/12/17/proyecto-transmedia-soial-jovenes-18-30-en-palencia>)

4.- DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Síntesis de los principales resultados derivados del PID: exposición de puntos fuertes y débiles

Deconstruyendo a los jóvenes hiperconectados

Los resultados del PID derivados de nuestro trabajo docente con jóvenes universitarios desmienten la mitología y falsas creencias instaladas que ven a las y los jóvenes hiperconectados como nativos digitales que se desenvuelven a la perfección en una sociedad tecnologizada y que presentan unas características comunes y homogéneas. Si bien es cierto que el alumnado que accede a la universidad muestra altas habilidades en el uso de la tecnología digital para el ocio y la socialización y la comunicación, no sucede lo mismo en el uso de ésta para la formación, la creación o la información, mostrando un desarrollo escaso de habilidades blandas o *soft skills* tales como el pensamiento crítico, la autodirección, el trabajo colaborativo, etc.

Necesidad de una concepción ecológica y sistémica de la educación mediática universitaria

A través del trabajo desarrollado, hemos podido comprobar la importancia de adaptar el aprendizaje que se produce dentro de la universidad con el aprendizaje que se produce fuera de las aulas, tratando, en todo momento, de aprovechar, integrar y potenciar las nuevas formas y oportunidades de aprendizaje que el desarrollo tecnológico-digital trae consigo, cuyos catalizadores fundamentales serían: a) conectividad; b) empoderamiento; c) ubicuidad del aprendizaje y de las estrategias organizativo-metodológicas de enseñanza; d) necesidad de visibilizar e incorporar los saberes tácitos y el aprendizaje invisible e informal que el alumnado trae a las aulas. Esta concepción ecológica hemos visto que es posible a través de considerar las aulas como laboratorios de innovación social y ciudadana donde se desarrolla un modelo de orquestación del aprendizaje en el que convergen diversas modalidades de aprendizaje: transferencial, reflexivo, experiencial y de búsqueda personal.

Proyectos educativos desarrollados desde un enfoque multialfabetizador

A la luz del PID, hemos podido visibilizar cómo el alumnado participante en las asignaturas de TIC y Medios de Comunicación Social si bien es cierto que muestra un uso aceptable de la tecnología y de integración del software en sus producciones, sí que evidencia carencias en el uso crítico de la tecnología en asuntos relacionados con la alfabetización audiovisual y mediática. Es verdad que el alumnado es un gran consumidor de medios, audiovisuales en su mayoría (series, películas, videojuegos, etc.) pero no parece ir de la mano de un consumo crítico de los mismos, posicionándose más como reproductores/as que como creadores/as de contenido. En lo que a la alfabetización informacional se refiere, el alumnado a su llegada a la universidad y sin haber mediado aprendizaje aún, muestran ser conscientes del momento de sobre información que les ha tocado vivir, manifestando en sus declaraciones y producciones la necesidad de utilizar fuentes diversas, eso sí, evidenciando también un mayor trabajo docente respecto de la búsqueda de fiabilidad y de reflexión crítica respecto de la información utilizada.

4.2. Obstáculos encontrados respecto de los objetivos y desarrollo del proyecto de innovación docente

a) la dependencia del diagnóstico inicial exploratorio de la aceptación por parte del alumnado de participar en un proceso académico que muestra parte de su vida personal y privada en su interacción con las redes sociales (si bien el alumnado firmaba su consentimiento informado, ha habido un pequeño porcentaje del alumnado que no ha participado del diagnóstico al no dar dicho consentimiento);

b) como ya señalamos, el trabajo de educomunicación y enseñanza transmedia implementados obliga al alumnado a pasar de reproductor a creador de contenidos, lo que implica un salto cualitativo respecto de su implicación en el proceso, siendo más evidente esta dificultad en las asignaturas de primer curso que en las del último curso (donde aquí hemos podido comprobar los procesos madurativos y de implicación académico-profesional con el grado de Educación Social);

c) la dificultad de poder desarrollar la evaluación el proceso de apropiación de las competencias digitales, mediáticas e informacionales del alumnado, dado el número de alumnado que formaba parte de las tres asignaturas, la necesidad de articular dicha evaluación con los tiempos docentes de una asignatura cuatrimestral que se desarrolla en 15 semanas (aprox.);

d) en cuanto a los materiales y recursos didácticos que posibiliten el trabajo de educación mediática en la formación inicial de educadores y educadoras sociales, únicamente señalar como ya dijimos arriba que el principal obstáculo ha sido el derivado del estado de alarma derivado de la COVID19 y que nos ha imposibilitado realizar las grabaciones que teníamos previstas en el servicio de audiovisuales de la Uva, aspecto que, creemos, hemos compensado con la subida del material documental y audiovisual en la propia plataforma digital del grupo de investigación al que pertenecemos buena parte del equipo del proyecto (<http://ceaex.uva.es/>). También la imposibilidad de acudir a una serie de Jornadas y reuniones científicas que teníamos previstas nos ha impedido poder compartir en espacios formativos e investigadores tanto el trabajo de análisis realizado (diagnóstico exploratorio y evaluación de la apropiación de competencias mediáticas) como nuestras propuestas de educación mediática en el ámbito universitario (tecnobiografías, proyectos de enseñanza transmedia con perspectiva socio-comunitaria, análisis crítico de narrativas hipertextuales digitales interactivas, educación de la mirada desde una perspectiva feminista);

e) en relación con la incorporación de la perspectiva de género en la educación mediática universitaria, pensamos que las limitaciones se abren en dos frentes: de un lado, el que integremos de forma transversal, explícita y no puntual un trabajo de educación mediática en clave feminista, de lucha por la igualdad y que combata problemáticas como la violencia machista en el discurso visual, la brecha digital de género y la falta de reconocimiento/incorporación de la mujer en el mercado informacional, la explotación y precariedad de la mujer en el capitalismo 4.0. También, y del lado del alumnado, creemos que es necesario trabajar en la línea de tomar conciencia de los niveles en los que se ha interiorizado entre el alumnado lo que se ha denominado como discurso mediático posmachista.

4.3. Estrategias de resolución y propuestas de mejora

a) ampliar el diagnóstico de carácter exploratorio respecto del papel que juegan los medios de comunicación, las tecnologías digitales y las redes sociales en la conformación identitaria de los jóvenes universitarios, más allá de asignaturas relacionadas con la tecnología y los medios de comunicación del Grado de Educación Social, incorporando otras asignaturas en los Grados de Educación (también en los campus universitarios de Segovia o Soria), incluso valorando la posibilidad de incorporar otros Grados de la Uva.

b) buscar seguir desarrollando proyectos de educación mediática que estimulen la participación activa e implicación del alumnado del Grado de Ed. Social con el contexto social y cultural que le rodea (en Valladolid y Palencia), procurando que las propuestas se orienten a la relevancia social, el aprendizaje-servicio y la intervención socio-comunitaria.

c) utilizando la rúbrica generada para evaluar la apropiación del alumnado universitario respecto de sus competencias mediáticas y digitales a lo largo de las asignaturas que formaban parte del PID, se plantea una revisión de la misma para mejorar en alguna de sus dimensiones e indicadores, y también buscar su posibilidad de implementación en otras asignaturas relacionadas con la tecnología educativa (principalmente en los Grados de Educación Infantil y Primaria, aunque valorando la opción de desarrollar análisis exploratorios de la apropiación mediática en otras asignaturas dentro y fuera de los Grados de Educación)

d) realizar el trabajo de grabación de píldoras educativas en el servicio de medios audiovisuales que nos permita mejorar en la difusión de las propuestas educativas, así como editar y difundir el proyecto desarrollado como recurso que facilite el trabajo de otros/as profesionales relacionados con la educación mediática universitaria. También la de generar procesos de formación permanente en el que compartamos nuestra propuesta pedagógica con otros docentes de la Uva y en otras instancias educativas (ver anexos, 9, 10, 11 y 12).

e) contemplar la dimensión de género como elemento central de nuestro trabajo, al menos desde dos vertientes: por un lado, revisando el diagnóstico exploratorio y la apropiación de competencias mediáticas desde un enfoque feminista y de género; por otro lado, generando nuevas propuestas didácticas y/o materiales de alfabetización mediática, digital, informacional y audiovisual en el alumnado del Grado de Ed. Social que incorporen la perspectiva de género

5.- CONCLUSIONES

Creemos, finalmente, que el PID que hemos desarrollado pretende hacer ver la necesidad de una educación mediática y tecnológica en el contexto de la sociedad de la comunicación, la información y el conocimiento, lo que implicaría a nivel docente:

- Potenciar el papel de la ciudadanía en tanto emisora capaz de generar mensajes y producciones culturales, estimulando las redes y flujos de participación para tal fin.
- Comprender el papel que deben jugar las personas en tanto ciudadanos/as en el marco de una sociedad que debe dotarles de competencias expresivas que resultan imprescindibles para su desenvolvimiento social y su papel en tanto creadores culturales.
- Capacidad para ofrecer instrumentos, materiales y recursos que permitan a los individuos comprender cómo se produce el conocimiento en la era digital, cómo funcionan las estructuras de poder y el papel que juegan las técnicas, elementos, códigos y formatos de la cultura digital y el entramado mediático para construir (y a veces fijar) sentidos y significados
- La generación de prácticas colectivas, participativas y dialógicas en las que los individuos participantes de la sociedad ahora hipermediada se apropian de los medios, lenguajes y códigos con los que establecer opciones transformadoras y creativas pasando de meros receptores a productores.

6.- REFERENCIAS

- Aparici, R. & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 55, 71-79.
- De la Iglesia Atienza L. (2020). *Nuevas alfabetizaciones en el contexto de la sociedad aumentada. Análisis de proyectos de educación expandida en el ámbito de la Educación Superior* (tesis doctoral). Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Ferres, J. & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar* 38, 75-82.
- Fueyo, A. & de Andrés, S. (2017). Educación mediática: un enfoque feminista para construir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes* 19(2), 81-93.
- Irigaray, F., Lovato, A. (Eds.) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario, UNR editora.
- Puente, S. N., & Romero, D. F. (2018). Discurso visual posmachista en Twitter: análisis multimodal de la iconicidad de la victimización. *Revista DÍgitos*, (4), 131-149.
- Rogoff, B. (1997). Los tres planos de la actividad sociocultural: apropiación participativa, participación guiada y aprendizaje. En J. Wertsch; P. del Río & A. Álvarez. (Eds.), *La mente sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas* (pp. 111-128). Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje
- Sampedro Blanco, V. F. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 66/67, 135-149.
- Sola Morales, S. (2013). Hacia una tipología de narrativas mediáticas identitarias. *Sphera Publica*, v. 2, n. 13, 30-48.

ANEXOS

PID_19_20_046_Anexo 1.pdf

PID_19_20_046_Anexo 2.pdf

PID_19_20_046_Anexo 3.pdf

PID_19_20_046_Anexo 4.pdf

PID_19_20_046_Anexo 5.pdf

PID_19_20_046_Anexo 6.pdf

PID_19_20_046_Anexo 7.pdf

PID_19_20_046_Anexo 8.pdf

PID_19_20_046_Anexo 9.pdf

PID_19_20_046_Anexo 10.pdf

PID_19_20_046_Anexo 12.pdf

PLAZOS

El documento final deberá enviarse en la tarea "Entrega Informe Final"

<https://extension.campusvirtual.uva.es/mod/assign/view.php?id=32606>

en formato *pdf* en los plazos indicados en la base Sexta de la convocatoria.