

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

The development of media competence from the field of
Educommunication

Raúl Enrique Pérez Portelles^{1*} <https://orcid.org/0000-0001-8750-5076>

Salma Díaz Berenguer¹ <https://orcid.org/0000-0001-5297-6652>

Yulianne Rodríguez Zorrilla¹ <https://orcid.org/0000-0002-5058-4345>

¹Universidad de Oriente. Santiago de Cuba, Cuba.

*Autor para la correspondencia: raulpportelles@uo.edu.cu

RESUMEN

Introducción: Los avances tecnológicos ponen a disposición de los agentes educativos recursos emergentes, los cuales requieren del desarrollo de competencias o destrezas básicas por parte de los estudiantes y suponen un reto para toda la comunidad educativa, lo que contribuye a mejorar el aprendizaje. En este contexto, la competencia mediática se convierte en un subproceso clave dentro de los procesos sustantivos que se desarrollan en las universidades para fomentar un uso responsable, eficiente y democrático de los recursos mediáticos por parte de los ciudadanos.

Objetivo: Desarrollar la competencia mediática en el estudiante universitario.

Métodos: Se tomó como universo 22 profesores y como muestra 11 docentes que representó un 50 % del total de la población escogida. Se aplicaron métodos y procedimientos del nivel teórico, empírico y estadístico-matemáticos para su desarrollo.

Resultados: La estrategia didáctica que se presentó, contentiva de acciones, contribuyó al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital del estudiantado universitario.

Conclusiones: El análisis teórico realizado revela las inconsistencias epistemológicas existentes en el proceso de enseñanza- aprendizaje que contribuyen al desarrollo de la competencia mediática. La estrategia que se propone, favorece el perfeccionamiento del

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

trabajo científico- metodológico y docente- metodológico para su implementación práctica en la universidad, así como a los valores estéticos y sentimientos de amor y respeto hacia la patria, la familia, la sociedad y sus compañeros en la carrera Licenciatura en Educación Español- Literatura.

Palabras clave: estrategia didáctica; competencia mediática; educomunicación.

ABSTRACT

Introduction: Technological advances make emerging resources available to educational agents, which require the development of basic competencies or skills by students and pose a challenge for the entire educational community, which contributes to improving learning. In this context, media competence becomes a key thread within the substantive processes that are developed in universities to promote a responsible, efficient and democratic use of media resources by citizens.

Objective: Develop media competence in university students.

Methods: 22 teachers were taken as a universe and 11 teachers as a sample, which represented 50% of the total population chosen. Methods and procedures of the theoretical, empirical and statistical-mathematical level were applied for its development.

Results: The didactic strategy that was presented, containing actions, contributed to the development of media competence in the digital environment of university students.

Conclusions: The theoretical analysis carried out reveals the existing epistemological inconsistencies in the teaching-learning process that contribute to the development of media competence. The proposed strategy favors the improvement of scientific-methodological and teaching-methodological work for its practical implementation in the university, as well as aesthetic values and feelings of love and respect towards the country, family, society and their peers. in the Bachelor of Education Spanish-Literature career.

Keywords: didactic strategy; media competence; educommunication.

Recibido: 7/07/2022

Aceptado: 19/09/2022

Introducción

La revolución tecnológica e informacional alcanza todas las esferas y casi todos los rincones de nuestra vida. Trabajo, ocio, viajes y hasta casi el pensamiento son sometidos hoy al poder de la tecnología que nace, crece y se transforma en múltiples dispositivos cada vez más accesibles y asequibles, más universales. Su poder de penetración no tiene fronteras, ni clases sociales, ni edad, ni nivel cultural.

Los procesos de actualización formativa del profesorado son una exigencia profesional de incuestionable valor, y responden a la necesidad de adaptar, regenerar, mejorar y dotar de nuevo significado a la tarea docente. Sin embargo, las llamadas a la renovación pedagógica del profesorado obedecen igualmente, y por el motivo aludido, a una exigencia de tipo ético y social, como trataremos de argumentar en los siguientes apartados.

“La sociedad contemporánea requiere profesionales mejor preparados y más comprometidos con la tarea compleja de acompañar, estimular, y orientar el aprendizaje y desarrollo de las cualidades humanas que consideramos más valiosas de cada uno de los ciudadanos, en cada nueva generación” (Pérez, 2010). Esta necesidad de reinventarnos y de ajustarnos a los nuevos tiempos es algo que legítimamente espera de nosotros la sociedad, en su expectativa de que el sistema educativo adapte la educación formal a las demandas cambiantes de la ciudadanía de cara al desarrollo de lo que considera valioso y digno de ser enseñado y desarrollado, generación tras generación; de ahí la importancia que reviste la comunicación.

“La comunicación de hoy no se produce solo a través del lenguaje escrito en forma impresa, sino también a través de los lenguajes audiovisuales. La alfabetización tradicional planteada como lineal y secuenciada pasa a ser flexible y fragmentada con la posibilidad de obtener mayor cantidad y diversificación de información en forma simultánea, generando una nueva cultura narrativa” (Ponce & López, 2019).

Los estudios en materia de educomunicación, consideran que esta: “aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. Asimismo, ofrece los instrumentos para: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación” (Aparici, 2003).

Todo ello posibilita el desarrollo de una competencia mediática en el individuo. Hablar de competencias mediáticas del profesorado universitario, es hablar de un proceso cuyo objetivo es dignificar y mejorar la calidad del sistema educativo universitario como servicio público y como agente para la formación íntegra de los futuros profesionales, a partir de actividades de enseñanza- aprendizaje teniendo en cuenta categorías y factores para su selección.

Estas actividades se eligen con el propósito de motivar la participación de los estudiantes en el proceso de enseñanza- aprendizaje. Es lógico, entonces, que “el aprendizaje de los estudiantes sea la clave para la selección y uso de un extenso abanico de estrategias de enseñanza. Las actividades de enseñanza- aprendizaje son los medios por las cuales los estudiantes se comprometen a aprender en esferas tanto cognitivas, afectivas, como de conducta o comportamiento” (Cooper, 1999).

Para el desarrollo de la esfera cognitiva es importante estimular el pensamiento metacognitivo del estudiante, utilizando técnicas como el torbellino de ideas, comentarios de grupos pequeños, análisis de estudios de casos, debates, foros, entrevistas, interacción entre estudiantes, paneles de discusión, preguntas y respuestas; en la esfera afectiva es necesario incentivar las emociones, los valores, las actitudes, las convicciones y motivaciones humanas, a través de los niveles de ayuda que ofrece el docente; y en la esfera de conducta o comportamiento. Hay que tener en cuenta las habilidades existentes en los educandos, teniendo en cuenta las características de los estudiantes, el propósito de la selección de la actividad de aprendizaje, el momento apropiado para el desarrollo de la actividad y los recursos didácticos para su implementación, con el objetivo de desarrollar la competencia mediática en el estudiante universitario.

Métodos

El estudio presentó una Investigación Basada en Diseño (IBD) centrada en la implementación y evaluación de una estrategia didáctica para el desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la educomunicación en el estudiante de la

carrera Licenciatura en Educación Español- Literatura de la Universidad de Oriente, en Santiago de Cuba, Cuba.

La IBD se consideró como una “metodología sistemática, pero flexible que tiene como finalidad mejorar las prácticas educativas a través de aproximaciones sucesivas en el análisis, diseño, desarrollo e implementación, basadas en la colaboración entre investigadores y participantes, en contextos reales que conducen a principios diseño y teorías sensibles al contexto” (Wang & Hannafin, 2005). La selección de esta metodología y su implementación en la carrera Licenciatura en Educación Español- Literatura, estuvieron motivadas por la necesidad de desarrollar la competencia mediática en los estudiantes desde todas las disciplinas académicas que conforman el currículo base. Por consiguiente, esta investigación fue concebida con el objetivo de ofrecer variantes didáctico- metodológicas para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital de los estudiantes, a partir del trabajo científico-metodológico y docente-metodológico, que se desarrolló en una carrera universitaria, a través de una estrategia didáctica.

Resultados

Estrategia didáctica para el desarrollo de la competencia mediática en el estudiante universitario

La estrategia didáctica que se presentó, contentiva de acciones, contribuyó al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital del estudiantado universitario. Se caracterizó por ser viable, flexible, participativo y desarrollador. Presentó cuatro etapas: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación.

Objetivo general de la estrategia didáctica: Ofrecer vías para la preparación del docente universitario, a través de acciones y actividades de aprendizaje para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital de los estudiantes, a partir del trabajo científico-metodológico y docente- metodológico.

1 Etapa. Diagnóstico

Objetivo: Determinar a partir del trabajo metodológico y científico metodológico, las insuficiencias y potencialidades que presentan los profesores, en la adecuada orientación

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

de actividades docentes y extradocentes para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.

Acciones y actividades de aprendizaje de la etapa:

- Definir las características que presentan los agentes que intervienen en el proceso y las limitaciones o potencialidades de los recursos materiales.
- Revisar los documentos normativos para comprobar cómo es el tratamiento de la educación en competencias mediáticas y cómo se trabaja.
- Determinar las limitaciones y capacidades cognitivas y metacognitivas que presentan los estudiantes, para desarrollar la competencia mediática.
- Precisar objetivamente las causas que limitan el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.

El análisis profundo que se realizó de los resultados arrojados por el diagnóstico, propició las condiciones favorables para organizar y planificar el trabajo desde lo científico-metodológico y docente - metodológico, que contribuyó al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.

2 Etapa. Planificación

Objetivo: Proyectar las acciones que contribuirán al desarrollo de la competencia mediática en el estudiantado universitario.

Acciones y actividades de aprendizaje de la etapa:

- Concebir las acciones orientadas a asistir el trabajo docente- metodológico y científico- metodológico de los docentes, en la ejecución de las acciones que se proponen en la estrategia didáctica, para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.
- Organizar talleres para el desarrollo de las actividades docentes y extradocentes que se proponen en la estrategia, atendiendo a las características de cada carrera, tipo de curso y año académico.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

- Determinar los indicadores para evaluar las actividades docentes y extradocentes que se proponen en la estrategia, atendiendo a las características de cada carrera, tipo de curso y año académico.
- Propiciar el uso de las TICs en el desarrollo de las actividades docente-metodológicas y científico- metodológicas.
- Controlar el desarrollo de los talleres, donde se evidencie la preparación didáctica-profesional alcanzado por los docentes, en la adecuada implementación de las acciones para el desarrollo de la competencia mediática en el estudiantado universitario.

Acciones docentes para formar la competencia mediática de los estudiantes en el aula

Objetivos generales:

- Capacidad de desenvolverse eficazmente en ambientes mediáticos.
- Habilidad para la selección y evaluación de contenidos mediáticos, teniendo presente parámetros sensoriales, emocionales, estéticos y cognitivos.
- Fomentar una actitud activa en el consumo e interpretación de mensajes mediáticos, evaluando la fiabilidad de las fuentes de información.
- Contrastar la información recibida, recurriendo a diversas fuentes y medios de comunicación.
- Formar un criterio objetivo y no emocional tras el análisis y comparación de la información proporcionada.
- Promover un conocimiento tecnológico digitalizado, que pretenda utilizarse en la vida cotidiana.
- Generar contenido audiovisual mediático, haciendo uso de las nuevas tecnologías para la re-interpretación crítica y objetiva de los mensajes proporcionados.
- Capacidad de trabajar colectivamente en la elaboración de productos multimedia.
- Conocer y aplicar las seis dimensiones de la competencia en comunicación audiovisual (lenguaje, tecnológica, ideológica y valores, producción y programación, recepción y audiencia y estética) en el consumo y la generación de contenido mediático.

Actividades de introducción y motivación:

- Se presentará en clase los contenidos de la unidad.
- Se realizará un breve sondeo de los conceptos previos que tienen los alumnos en cuanto a competencia mediática, identificándolas con sus propias habilidades mediáticas.
- Se indagará sobre la información relacionada con el tema seleccionado han recibido a través de redes sociales y cómo la han interpretado.
- Se explicará en qué consiste la competencia mediática, sus componentes, valores y dimensiones.
- Tomando como ejemplo montajes de videos, imágenes y textos publicados en internet y redes sociales, se le explicará al alumnado que cualquier soporte es susceptible de ser manipulado.
- Como actividad motivadora, se visualizarán videos sobre las expresiones del lenguaje mediático, debatiendo cuáles son las impresiones generadas.

Actividades de desarrollo:

- Se presentarán a los alumnos diversos soportes para la generación de contenido audiovisual.
- Como medio de difusión, se dará a conocer páginas web y blogs de libre acceso en las que los alumnos podrán generar y compartir contenido.
- Se presentarán programas libres y aplicaciones para móviles dedicados a la generación de presentaciones y videos.
- Se propondrán tres temas elegidos para su desarrollo. Para ello, se ejemplificará a partir de diversas noticias compartidas en red.
- Se generará un pequeño debate acerca de las primeras impresiones sobre el tema seleccionado.
- Se profundizará en la necesidad de verificar las noticias recibidas y presentarán recursos para la búsqueda de información en libros y revistas electrónicas, páginas web de índole científica y otras fuentes contrastadas.

Itinerarios de Investigación

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

- Los alumnos formarán grupos para la búsqueda de información contrastada sobre los temas propuestos.
- Una vez verificada la noticia proporcionada, los grupos prepararán un guión para su interpretación. Se incluirá la fuente original y se comentará la noticia aportando información de las fuentes consultadas para contrastarla.
- Los alumnos generarán una página web con el contenido trabajado.
- Como epígrafes o secciones, se incluirá al menos la noticia original, la información contrastada, una discusión justificando la veracidad de la noticia y un resumen a modo de “abstract” sobre el tema tratado.
- En la página web generada, se incluirá un breve video o presentación en formato avio similar, presentando la noticia original, las evidencias sobre el tema seleccionado y las conclusiones.
- En la página web, se incluirá un apartado para comentarios en la que los compañeros de otros grupos deberán incluir sus argumentos.
- Los alumnos presentarán la página web y el video en el aula.
- Se debatirá de forma colectiva las conclusiones sobre cada noticia, analizando las dimensiones mediáticas tratadas en la elaboración del material.

Evaluación

Tuvo en cuenta el trabajo grupal para la generación de contenido mediático, y en la participación activa de cada alumno en los debates en el aula y en la web, se evaluaron los siguientes puntos:

- Cambios entre los conceptos previos a la actividad y los adquiridos en relación con el lenguaje mediático.
- Capacidad de debate y presentación de ideas. Se evaluará la participación en debate grupal y el diálogo en actividades on-line a modo de foro.
- Aprendizaje cooperativo. Habilidad para el trabajo grupal.
- Evaluación, contraste e interpretación de las noticias aportadas.
- Uso de diversos soportes y medios de comunicación para obtener información contrastada y objetiva.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

- Capacidad para generar y publicar en una página web contenido mediático y audiovisual.
- Adecuación de las publicaciones a las dimensiones del lenguaje mediático.
- Indagación científica y adquisición de conocimientos transversales acerca del tema seleccionado.

Esta etapa, propició la motivación para la ejecución de las acciones de la estrategia didáctica y dinamizó los modos de actuación didáctico- profesionales de los docentes que intervinieron en el proceso de enseñanza- aprendizaje en las diferentes carreras universitarias, para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital de los estudiantes, a partir del uso de alternativas de solución a las dificultades.

3 Etapa. Ejecución

Objetivo: Ejecutar las acciones que contribuirán al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital de los estudiantes.

Acciones de la etapa

Fase científico- metodológica:

- Investigar toda la información relacionada con el temático objeto de estudio, para proyectar nuevas acciones, que permitan el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza- aprendizaje en las diferentes carreras universitarias.
- Elaborar materiales docentes contentivos de los presupuestos teórico- metodológicos para el tratamiento el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital desde la clase.
- Determinar los procedimientos para la implementación de las acciones que contribuirán al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.
- Establecer los niveles de convergencia entre los contenidos y objetivos de los programas que se imparten en las diferentes carreras para dar tratamiento a la competencia mediática en el entorno digital desde la clase.

Itinerarios de Investigación

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

- Realizar talleres de socialización, sistematización y evaluación de experiencias, en los que se evidencie la factibilidad y validez de las acciones didácticas propuestas.
- Elaborar artículos científicos que constituyan ponencias en eventos científico-investigativos, para la divulgación de los resultados obtenidos en la práctica educativa.

Fase docente- metodológica:

- Introducir los presupuestos teórico-metodológicos para la implementación de las acciones que contribuirán al desarrollo de la competencia mediática en el estudiantado universitario.
- Revelar con carácter sistemático, el algoritmo de trabajo e indicadores para la aplicación de las acciones.
- Promover desde las clases en las diferentes carreras el trabajo sistemático con las TICs, con el objetivo de desarrollar la competencia mediática en el estudiantado universitario.
- Orientar trabajos independientes donde estén presentes los diferentes escenarios mediáticos.
- Evaluar sistemáticamente el progreso del trabajo desplegado por los estudiantes en estos espacios o contexto.
- Planificar actividades metodológicas que contribuyan a la preparación de los docentes en el escenario de las TICs, a través de: Clases Metodológicas Instructiva y Demostrativa, Clases Abiertas, Seminario Científico Metodológico y Taller Científico Metodológico.
- Generalizar las acciones propuestas en la asignatura optativa: Semiótica y comunicación social con fines educativos; que se imparte en el cuarto año del curso diurno.

En estas fases fue esencial, que los profesores principales de disciplina y el Jefe de departamento controlaran el proceso docente educativo, teniendo en cuenta los avances y

retrocesos en el tratamiento a este proceso, precisando las causas con el objetivo de planificar nuevas acciones.

4 Etapa. Evaluación

Objetivo: Evaluar la calidad de las acciones propuestas para el desarrollo de la competencia mediática en el estudiantado universitario y el avance de los sujetos que intervienen en su desarrollo.

Acciones de la etapa

Precisiones para su aplicación:

- Factibilidad de las acciones para su utilización por los agentes que intervienen en el proceso.
- Validez, para el logro del objetivo propuesto.
- Pertinencia, para su inclusión en el proceso de enseñanza- aprendizaje de las carreras universitarias, atendiendo a sus características.

Para corroborar la factibilidad y pertinencia de la estrategia se recomendó tener en cuenta los siguientes criterios de selección e indicadores una vez aplicada:

Criterios de selección:

- Experiencia profesional, en el proceso de enseñanza- aprendizaje en la universidad.
- Categoría docente y científica.
- Conocimiento acerca de la temática que se investiga.

Indicadores:

- Nivel de orientación que ofrecen las acciones y su enriquecimiento a partir de sugerencias.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

- Relación acciones- actividades propuestas.
- Valoración de la validez y pertinencia de la estrategia didáctica.

La estrategia didáctica se aplicó en la carrera Licenciatura en Educación Español-Literatura de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Oriente en Cuba, y la población y muestra se seleccionó atendiendo a los objetivos de cada etapa. Con el objetivo de constatar el estado actual para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital se aplicaron técnicas y métodos del nivel teórico, empírico y estadístico-matemáticos tales como: análisis documental (AD), observación a clases (OC), entrevista a docentes (ED), consulta de expertos (CE) la modelación (se utilizó en el análisis del sistema de relaciones de la estrategia didáctica) y de la estadística-descriptiva el cálculo porcentual (para la tabulación de los resultados de los instrumentos aplicados en la etapa facto- perceptible y experimental), teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

- Preparación didáctico- metodológica que poseen los docentes para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital del estudiantado universitario.
- Dominio de los principales documentos y normativas existentes acerca de la orientación de las prácticas de educación mediática.

Se tomó como población 22 profesores que imparten docencia y pertenecen a la plantilla del departamento-carrera de Español- Literatura; y la muestra la constituyó 11 docentes que fueron seleccionados, que representa un 50 % del total de la población escogida. De la muestra escogida, 6 son Doctores en Ciencias Pedagógicas, 4 másteres y 1 Adiestrado. Este grupo de docentes cuenta con una vasta experiencia, es decir, 10 de ellos tienen más de 15 años impartiendo clases en la educación superior, solo uno de ellos es recién graduado.

La tabla 1 muestra los resultados arrojados una vez que se aplicó las técnicas y métodos de la investigación educativa, para constatar el estado actual que presentaron los docentes en el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital del estudiantado universitario y el conocimiento que poseen para utilizar los documentos y las normativas existentes acerca de la orientación de las prácticas de educación mediática.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

La tabla 2 presenta los resultados después de aplicada la estrategia didáctica para desarrollar la competencia mediática en el estudiante universitario, en la que se evidencian avances significativos.

Tabla 1 - Resultado inicial de la investigación

Técnicas y métodos aplicados	Indicador 1	Indicador 2
Observación a clases	45 %	37 %
Entrevista a docentes	49 %	38 %
Análisis documental	50 %	56 %

Tabla 2 - Resultado final de la investigación

Etapas	Indicador 1				Indicador 2			
	OC	AD	ED	CE	OC	AD	ED	CE
Diagnóstico	88 %	87 %	92,7 %	100 %	95,5 %	99 %	93 %	100 %
Planificación	87 %	91,5 %	97 %	100 %	96 %	98 %	98,7 %	100 %
Ejecución	83,8 %	98,9 %	96,6 %	100 %	99 %	100 %	99,5 %	100 %
Evaluación	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

En la tabla 1 se demuestra que existió insuficiencias en la orientación didáctico-metodológica del docente para con el alumno, que contribuyó a su competencia mediática, teniendo en cuenta el nivel de disciplina informática y tecnológica que poseen debido en gran medida, a la brecha generacional que existió entre él y el alumno. Mientras, en la tabla 2 se evidencian estadios superiores en los docentes después de aplicar la estrategia didáctica, contentiva de acciones que posibilitó el desarrollo del objetivo propuesto, lo que valida su pertinencia.

Discusión

Contexto actual y legitimidad de la educación en competencias mediáticas

Al referirse al papel del docente Bell. D, 1971, expresa que “nuestras sociedades son definidas de diferente modo según se destaque uno u otro aspecto, y según predominen diferentes cualidades con el transcurrir de los tiempos. Así, de industriales hemos pasado a llamar posindustriales a nuestras sociedades”. Por su parte Mateo. J, 2006, plantea que “las sociedades cuya evolución o devenir está marcado en buena medida por la acción de

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

profesionales tecnológicamente cualificados. La noción de sociedad posindustrial, nos invita de inmediato a otra adjetivación que ha cobrado fortuna y muy difundida en nuestro tiempo: así, se dice que estamos inmersos en sociedades del conocimiento”.

La introducción de las tecnologías comunicativas y los medios audiovisuales en la educación universitaria no pretende sustituir o anular otras formas de enseñanza u otras formas de adquirir aprendizaje que se han consolidado en el ámbito universitario como válidas y operativas, desde la lección magistral hasta el diálogo y participación real en clase, sino en todo caso servir de complemento para dotar a la Universidad de nuevas herramientas y procedimientos para dar respuesta a los nuevos retos de la sociedad del conocimiento.

“Preparar a los profesores para aprender y enseñar con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) implica mucho más que saber utilizar un recurso tecnológico con fines didácticos; se trata de preparar a los profesores en formación para cumplir el encargo educativo inherente a la era digital” (Ávila, 2019). Por tanto, el escenario de formación al que han de enfrentarse los maestros se va transformando, dando paso a un conocimiento que es distribuido y más bien poco centralizado, que no solo se transmite por medio del código escrito, sino que se utilizan diversos canales y cuyo acceso es rápido y proveniente de diversas fuentes. De ahí, la importancia del rol del maestro en este proceso; el cual debe fungir como un trabajador del conocimiento, como un pensador, diseñador y orientador de entornos de aprendizaje; y en la misma medida integrar a su quehacer las posibilidades que ofrecen el uso de las TICs en cuanto a metodologías, modalidades de enseñanza, formas de acceder y construir conocimiento para el desarrollo de una competencia mediática.

Los autores de este trabajo consideran que la competencia mediática en la educación superior, requiere de utilizar eficaz y adecuadamente la tecnología apropiada para crear en los espacios de aprendizaje un medio de interacción científico y educativo, a través del uso del Internet desde sus diferentes plataformas, con el apoyo de la prensa escrita, la radio, el cine y la TV, con el objetivo de desarrollar aptitudes y habilidades en docentes de la educación superior.

Estos y otros elementos apuntan al desarrollo de la competencia mediática, para ello es necesario que los docentes apliquen estrategias didácticas, a fin de lograr ciudadanos que sean competentes ante los nuevos escenarios mediáticos.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

La estrategia se utiliza, para referirse a la intencionalidad de las acciones dirigidas al mejoramiento del aprendizaje de los/las estudiantes, y el diseño de planes flexibles de acción que guíen la selección de las vías más apropiadas para promover aprendizajes desarrolladores, teniendo en cuenta la diversidad de los protagonistas del proceso de enseñanza-aprendizaje y la diversidad de los contenidos, procesos y condiciones en que este transcurre.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la educación mediática

Si las TICs llegan a las aulas como recursos didácticos, no es tanto por sus incuestionables ventajas o por la demanda del profesorado como por el discurso tecnológico dominante que las impone como imprescindibles, transparentes y como signo de modernidad. La innovación tecnológica se confunde a menudo con innovación educativa. Tanto en la integración curricular de las tecnologías multimedia como en la formación del profesorado se pone el énfasis en el dominio de las tecnologías y se olvidan las competencias socio-comunicativas que estas permiten y condicionan. En el caso del docente, la capacitación tecnológica se acompaña a veces de una dimensión didáctica que analiza ventajas e inconvenientes de los nuevos medios como recursos, pero casi nunca se llega a plantear la necesidad de incorporar a las aulas la reflexión sobre el papel y trascendencia de esos medios para la educación ciudadana.

Con el surgimiento de la pandemia COVID-19, el trabajo con las TICs y la educación mediática, se ha convertido en un gran reto, donde las iniciativas de educomunicación han ocupado un rol significativo en el papel del profesorado, debido a que este ha asumido como una opción la necesidad de realizar trámites, cumplimentar tareas docentes y académicas, a la interacción social y al esparcimiento. Nadie hace años hubiera augurado un panorama como el del 2020 y su repercusión devastadora en la humanidad. En este terrible contexto, la educación mediática emerge como pilar básico para la recuperación de los espacios y fundamentos vitales, descolocados estructuralmente por una crisis global sanitaria, económica y social, que ha cuestionado los valores y cimientos de la sociedad; de ahí que, la elaboración de estrategias contentivas de acciones constituyan un recurso didáctico para que el docente dirija, planifique, oriente y controle desde la

clase, al estudiante para que alcance una competencia mediática y la extrapole en los diversos contextos en los que interactúa.

Conclusiones

En sentido general se plantea que el análisis teórico realizado revela las inconsistencias epistemológicas existentes en la implementación de diferentes estrategias que contribuyan al desarrollo de la competencia mediática, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la información, lo que reveló la necesidad de profundizar en los procedimientos didácticos que se utilizan para su perfeccionamiento, que favorezcan a los estudiantes descifrar estos contenidos y generar nuevos mensajes audiovisuales de forma crítica a través de las TICs.

Dentro del Modelo Pedagógico, el trabajo con las TICs, facilita la formación intelectual y moral de un ciudadano más pleno, con una adecuada concepción científica del mundo, así como valores estéticos y sentimientos de amor y respeto hacia la patria, la familia, la sociedad y sus compañeros.

La lógica que se establece entre las etapas de la estrategia, posibilita la aplicación de acciones para el desarrollo de la competencia mediática en los estudiantes universitarios, que contribuyen al perfeccionamiento del trabajo científico- metodológico y docente- metodológico para su implementación práctica en la universidad, lo que se pudo constatar en la carrera Licenciatura en Educación Español- Literatura.

Referencias bibliográficas

Aparici, R. (2003). *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Madrid, España: UNED.

Ávila, M. (2019). Tecnologías de la información y la comunicación: exigencias para la formación profesional del docente de español-literatura. *Revista científico- educacional de la provincia de Granma*, 15 (4). <https://revistas.udg.co.cu>

Bell, D. (1971). *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de pronosis social*. Madrid: Alianza. <https://dialnet.unirioja.es>

Cabero, J. (2007) *El papel del profesor y el alumno en los nuevos entornos tecnológicos de formación*. España. <https://dialnet.unirioja.es>

- Cooper, J. (1999). Estrategias de enseñanza. Guía para una mejor enseñanza. México: Limusa Noriega Editors. <https://biblat.unam.mx>
- Mateo, J. L. (2006). Sociedad del conocimiento. *Revista Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 182 (718) <https://dialnet.unirioja.es>
- McDougall, J. (2019). Introduction. In J. McDougall (Ed.), Fake news vs media studies: Travels in a false binary (pp. 1-24). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-27220-3_1
- Pérez, A. (2010). Presentación. Nuevas exigencias y escenarios para la profesión docente en la era de la información y de la incertidumbre. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 68 (2) <http://www.redalyc.org>
- Ponce, M. A. & López, H. I. (2019). *Las nuevas prácticas discursivas digitales como oportunidad para nuevas. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.* <http://doi:10.13140/RG.2.2.34323.32808>
- Wang, F., & Hannafin, M.J. (2005). Design-based research and technology-enhanced learning systems. *Educational Technology Research & Development*, 53, 5-23. <https://doi.org/10.1007/BF02504682>

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

Contribuciones de los autores

Conceptualización: Raúl Enrique Pérez Portelles, Salma Díaz Berenguer.

Análisis formal: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Investigación: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Metodología: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Administración de proyecto: Raúl Enrique Pérez Portelles.

Recursos: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

El desarrollo de la competencia mediática desde el ámbito de la Educomunicación

Supervisión: Salma Díaz Berenguer; Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Validación: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Visualización: Raúl Enrique Pérez Portelles; Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Redacción - borrador original: Raúl Enrique Pérez Portelles, Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.

Redacción - revisión y edición: Raúl Enrique Pérez Portelles, Salma Díaz Berenguer, Yulianne Rodríguez Zorrilla.