

Original**Recibido:** 20/05/2022 | **Aceptado:** 21/08/2022**Estrategia didáctica para el desarrollo de la competencia mediática en el estudiante universitario.****Didactic strategy for the development of media competence in university students.**Raúl Enrique Pérez Portelles. [raulpportelles@uo.edu.cu] 
Universidad de Oriente. Santiago de Cuba. Cuba.Salma Díaz Berenguer. [salma@uo.edu.cu] 
Universidad de Oriente. Santiago de Cuba. Cuba.Yulianne Rodríguez Zorrilla. [yuliannerz@uo.edu.cu] 
Universidad de Oriente. Santiago de Cuba. Cuba.**Resumen**

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar la competencia mediática en el estudiante universitario; con ese fin, se propone una estrategia didáctica que ofrece acciones, desde el ámbito de la Educomunicación. Al ser competentes en el entorno digital, los estudiantes desarrollan aptitudes, actitudes y valores que les permiten convivir de una forma activa, inteligente y crítica. De ahí que, esta estrategia constituya un recurso didáctico importante para los docentes universitarios que buscan educar desde los nuevos escenarios mediáticos.

Palabras claves: estrategia didáctica; acciones; competencia mediática; escenarios mediáticos.

Abstract

The objective of this work is to develop media competence in university students; for this, a didactic strategy is proposed that offers actions from the field of Educommunication, so that students are competent in the digital environment, developing skills, attitudes and values that allow them to live with them in an active, intelligent and critical way. Hence, this strategy



constitutes an important didactic resource for university teachers who seek to educate for the new media scenarios.

Keywords: didactic strategy; actions; media competition; media scenarios.

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 teléfonos inteligentes, las tabletas, los videojuegos, la televisión e internet en sus múltiples caras están, casi omnipresentes y omnipotentes, más allá de las coordenadas de tiempo y lugar.

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 un 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.

(Pérez 2010 p.17) plantea que: “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”. Esta necesidad de reinventarse y de ajustarse a los nuevos tiempos es algo que legítimamente espera 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.

(Ponce y López 2019 p.1) consideran que: “La comunicación de hoy no se produce sólo 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”.

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 esta cuestión hará referencia el presente trabajo.

Desarrollo

Contexto actual y legitimidad de la educación en competencias mediáticas. El papel del docente

(Bell 1971 p.35) expresa que: “Nuestras sociedades son definidas de diferente modo según se destaque uno u otro aspecto de las mismas, y según predominen diferentes cualidades con el transcurrir de los tiempos. Así, de industriales hemos pasado a llamar posindustriales a nuestras sociedades” (). A lo que (Mateo 2006 p.141) adiciona que existen sociedades: “[...] cuya evolución o devenir está marcado en buena medida por la acción de 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”.



En este nuevo contexto informacional, en el cual lo comunicativo irrumpe con fuerza en todos los ámbitos de la vida de las personas (económico y laboral, social, político, en el entretenimiento y el ocio), las instituciones educativas no pueden ni deben mantenerse al margen de los procesos de interacción comunicativa, sobre todo tras la revolución propiciada por las nuevas tecnologías. Se respira comunicación audiovisual en un entorno profusamente mediático y se hace no solo desde la tradicional televisión, el cine, la radio o la prensa escrita, sino mediante los ordenadores y las redes sociales, las tabletas, los teléfonos móviles de última generación o los videojuegos, en un mundo en donde la comunicación es cada vez más convergente y confluye en un mismo dispositivo tecnológico.

Estos dispositivos transforman a los usuarios no solo en receptores de mensajes, sino en productores de los mismos, por lo que los convierten en prosumidores (prosumers, acrónimo en inglés de *producers and consumers*), categoría acuñada por Alvin Toffler en los años ochenta y que hace referencia al papel activo de los usuarios de los medios, en tanto que resultan consumidores y productores, al mismo tiempo, de los contenidos mediáticos.

La introducción de las tecnologías comunicativas y los medios audiovisuales en la educación universitaria no pretende sustituir o anular otras formas de enseñanza o de adquisición de aprendizajes que se han consolidado en el ámbito universitario como válidas y operativas (desde la lección magistral hasta el diálogo y la participación real en clase). En todo caso, busca servir de complemento a las mismas y, en este sentido, dotar a la Universidad de novedosas herramientas y procedimientos para dar respuesta a los nuevos retos de la sociedad del conocimiento. Dichas herramientas, procesos y metodologías requieren directamente del desarrollo de competencias mediáticas por parte de todos los implicados en la educación universitaria.



(Cabero 2007 p.87) puntualiza que:

Los nuevos escenarios de aprendizaje o entornos formativos como los denominan, se caracterizan por romper la coincidencia espacio-temporal del profesor y el estudiante, al ofrecer nuevas posibilidades de comunicación sincrónica y asincrónica a través de herramientas como los chats, aulas virtuales, foros, entre otros; por propiciar la interactividad entre profesor-estudiante, profesor-profesor, estudiantes-estudiantes, estudiante-servidor de contenido.

Por ello, resulta importante facilitar la ubicación de la información en el ciberespacio mediante servicios en la nube como Drive, Dropbox u otros de almacenamiento de recursos, de acuerdo a formatos como You tube, Ivoox, Flickr. También adquiere protagonismo el trabajo colaborativo, con una fuerte significación para el aprendizaje, así como el manejo, cada vez más diverso, de códigos diferentes a los verbales.

(Ávila 2019 p.5) precisa que: “Preparar a los profesores para aprender y enseñar con las 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”. Por tanto, el escenario de formación al que han de enfrentarse los maestros está en continua transformación, lo que ha dado paso a un conocimiento que es distribuido y poco centralizado, que no solo se transmite por medio del código escrito, sino que se utiliza diversos canales y cuyo acceso es tanto rápido como proveniente de diversas fuentes.

De ahí, la importancia del rol del maestro en este proceso, ya que debe fungir como un trabajador del conocimiento, como un pensador, diseñador y orientador de entornos de aprendizaje y, en la misma medida, debe 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” (Pérez y Díaz, 2021).

Estas y otras capacidades análogas configuran las competencias mediáticas en educación superior que, a juicio de los presentes investigadores, constituyen actualmente un bien interno de las profesiones educativas, sobre todo en este nivel educativo. Dichas competencias dibujan un bien dirigido a la mejora de la calidad de la formación recibida por el alumnado y que presupone su adecuada formación o dominio por parte del profesorado.

Todos estos elementos apuntan al desarrollo de la competencia mediática, para la cual es necesario que los docentes apliquen estrategias didácticas, a fin de lograr ciudadanos que sean competentes ante los nuevos escenarios mediáticos. La estrategia se utiliza referida 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 el que este transcurre.



La estrategia didáctica que se presenta, contentiva de diversas acciones, contribuye al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital del estudiantado universitario. Su carácter es viable, flexible, participativo y desarrollador.

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

La estrategia didáctica presenta cuatro etapas: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación. Su objetivo general está encaminado a ofrecer vías para la preparación del docente universitario, a través de acciones para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes, a partir del trabajo científico-metodológico y docente- metodológico.

I Etapa. Diagnóstico.

Objetivo: determinar, a partir del trabajo metodológico y científico metodológico, las insuficiencias y potencialidades que presentan los profesores en la adecuada orientación de actividades docentes y extradocentes para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.

Acciones 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 realice de los resultados arrojados por el diagnóstico, propiciará las condiciones favorables para organizar y planificar el trabajo desde lo científico-metodológico y docente-metodológico, lo que contribuirá al desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital en los estudiantes.

II Etapa. Planificación.

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

Acciones 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.
- 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 TIC en el desarrollo de las actividades docente-metodológicas y científico-metodológicas.
- Controlar el desarrollo de los talleres, donde se evidencie la preparación didáctico-profesional alcanzada 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 reinterpretación 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 (1. lenguaje, 2. tecnológica, 3. ideológica y valores, 4. producción y programación, 5. recepción y audiencia, 6. estética) en el consumo y la generación de contenido mediático.

Actividades de introducción y motivación

- Se presentan en clase los contenidos de la unidad.



- Se realiza un breve sondeo de los conceptos previos que tienen los alumnos en cuanto a competencia mediática, identificándolas con sus propias habilidades mediáticas.
- Se indaga sobre la información relacionada con el tema seleccionado que ha sido recibida a través de redes sociales y cómo la han interpretado los estudiantes.
- Se explica 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 hace ver 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 medios de difusión, se darán a conocer páginas web y blogs de libre acceso, donde 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 los tres temas elegidos para su desarrollo. Para ello se pondrán ejemplos de noticias compartidas en red.
- Se generará un pequeño debate acerca de las primeras impresiones sobre el tema seleccionado.



- Se ahondará en la necesidad de verificar las noticias recibidas y se presentarán recursos para la búsqueda de información en libros y revistas electrónicas, páginas web de índole científica y otras fuentes contrastadas.
- 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 la interpretación de la misma. 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, donde los compañeros de otros grupos deberán incluir sus argumentos.
- Los alumnos presentarán la página web y el video en el aula.
- Se debatirán, con todo el grupo, las conclusiones sobre cada noticia, analizando las dimensiones mediáticas tratadas en la elaboración del material.

Evaluación



Teniendo como base el trabajo grupal para la generación del contenido mediático y la participación activa de cada alumno en los debates en el aula y en la web, serán evaluados los siguientes puntos:

- Cambios entre los conceptos previos a la actividad y los adquiridos en relación al 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.
- 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 propicia la motivación para la ejecución de las acciones de la estrategia didáctica y dinamiza los modos de actuación didáctico-profesionales de los docentes que intervienen 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.

III 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 la temática 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 del 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.
- 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 contextos.
- Planificar actividades metodológicas que contribuyan a la preparación de los docentes en el escenario de las TIC, a través de: clases metodológicas instructivas, demostrativas, abiertas, seminarios científico-metodológicos y talleres científico-metodológicos.

En ambas fases es esencial que los profesores principales de disciplina y el Jefe de Departamento controlen el proceso docente-educativo, teniendo en cuenta los avances y retrocesos en su tratamiento y precisando las causas de las problemáticas, con el objetivo de planificar nuevas acciones.

IV 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 recomienda tener en cuenta los siguientes criterios de selección e indicadores una vez aplicada:

Criterios de selección:

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

Indicadores:

- Nivel de orientación que ofrecen las acciones y su enriquecimiento a partir de las sugerencias.
- Relación acciones-actividades propuestas.
- Valoración de la validez y pertinencia de la estrategia didáctica.

Conclusiones

El análisis teórico realizado reveló las inconsistencias epistemológicas existentes, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la información, en la implementación de diferentes estrategias que contribuyen al desarrollo de la competencia mediática, lo que reveló la necesidad de profundizar en los procedimientos didácticos utilizados para su perfeccionamiento, que favorecen la decodificación de estos contenidos por los estudiantes y la generación de 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 con 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.

Referencias bibliográficas

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. (1973). El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de prognosis social. Madrid, España: Alianza.

Cabero, J. (2007) El papel del profesor y el alumno en los nuevos entornos tecnológicos de formación. España: s/e.

Mateo, J. L. (2006).Sociedad del conocimiento. Revista Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura, 182(718). <https://dialnet.unirioja.es>

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. y LÓPEZ, H. I. (2019). Las nuevas prácticas discursivas digitales como oportunidad para otras nuevas. Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. doi:DOI:10.13140/RG.2.2.34323.32808

