COLECCIÓN, COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DIGITAL

Innovación y aprendizaje en la Era Red

Coordinadores
Mª del Carmen Caldeiro Pedreira
Paula Renés Arellano
Mª del Mar Rodríguez Rosell

EGREGIUS ediciones

INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE EN LA ERA RED

— Colección Comunicación e Información Digital —

INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE EN LA ERA RED

Coordinadores

Mª del Carmen Caldeiro Pedreira
Paula Renés Arellano
Mª del Mar Rodríguez Rosell

Autores
(por orden de aparición)

Nilton Marlúcio de Arruda
Carlos Casaleiz Linero
Victoria del Rocío Gómez Carrillo
Ana Isabel Escalona Orcao
María Zúñiga Antón
Rubén Ramos Antón
Isabel Mengual-Luna
Patricia Gutiérrez Rivas
Irene Melgarejo-Moreno
Ana María Martín López
Mª del Carmen Caldeiro Pedreira
Mª del Mar Rodríguez Rosell
Paula Renés Arellano
Ignacio Aguaded Gómez

EGREGIUS
ediciones

INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE EN LA ERA RED

Ediciones Egregius
www.egregius.es

Diseño de cubierta e interior: Francisco Anaya Benitez

© Los autores

1ª Edición. 2018

ISBN 978-84-17270-43-8

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los resúmenes publicados en el libro, son de responsabilidad exclusiva de los autores; asimismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:

Comunicación e Información Digital

Editora científica

Carmen Marta-Lazo

Editor técnico

Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

José Ignacio Aguaded Gómez *(Universidad de Huelva, España)*
Amaya Arribas Urrutia *(Universidad de los Hemisferios, Ecuador)*
Miguel Ezequiel Badillo Mendoza *(Universidad Nacional a Distancia, Colombia)*
Jean Jacques Cheval *(Université Bourdeaux Montaigne, Francia)*
Pedro Farias Batlle *(Universidad de Málaga, España)*
Joan Ferrés i Prats *(Universidad Pompeu Fabra, España)*
Divina Frau Meigs *(Universidad de la Sorbona, Francia)*
Francisco García García *(Universidad Complutense, España)*
Agustín García Matilla *(Universidad de Valladolid, España)*
Sara Gomes Pereira *(Universidad do Minho, Portugal)*
Patricia González Aldea *(Universidad Carlos III de Madrid)*
Elisa Hergueta Covacho *(Universidad de Krems, Austria)*
Octavio Islas Carmona *(Universidad de los Hemisferios, Ecuador)*
Fernando López Pan *(Universidad de Navarra, España)*
Rosalva Mancinas Chávez *(Universidad de Sevilla, España)*
Jorge Cortés Montalvo *(Universidad de Chihuahua, México)*
Gerardo Ojeda Castañeda *(Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, México)*
Miguel Ángel Ortiz Sobrino *(Universidad Complutense, España)*
Sara Osuna Acedo *(UNED, España)*
Daniel Prieto Castillo *(Universidad de Cuyo, Argentina)*
Ramón Reig García *(Universidad de Sevilla, España)*
Rafael Repiso Caballero *(UNIR, España)*
Jorge Rodríguez Rodríguez *(Universidad San Jorge, España)*
Francisco Javier Ruiz del Olmo *(Universidad de Málaga, España)*
Sergio Roncallo Dow *(Universidad de la Sabana, Colombia)*
Stefano Spalletti *(Università di Macerata, Italia)*
Simona Tirocchi *(Universidad de Turín, Italia)*
Jordi Torrent *(Alianza de las Civilizaciones de las Naciones Unidas, USA)*
Miguel Túñez López *(Universidad de Santiago de Compostela, España)*
Victoria Tur Viñes *(Universidad de Alicante, España)*
Carlos Felimer del Valle Rojas *(Universidad de la Frontera, Chile)*

Edita:

EGREGIUS ediciones

Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza

ÍNDICE

PRESENTACIÓN. Innovación y aprendizaje en la era red 9
Mª del Carmen Caldeiro Pedreira, Paula Renés Arellano y Mª Del Mar Rodríguez Rosell

CAPÍTULO I. Do pseudo protagonismo à desilusão: como o *Facebook* influencia o comportamento dos indivíduos 11
Nilton Marlúcio de Arruda

CAPÍTULO II. El e-learning para el aprendizaje en el espacio europeo de educación superior. Un estudio en el área de la empresa 2clformaciónpsicológica. 27
Carlos Casaleiz Linero y Victoria del Rocío Gómez Carrillo

CAPÍTULO III. Nuevos entornos para la innovación en el aprendizaje universitario. Ejemplo de colaboración entre los Grados de Geografía y Periodismo (Universidad de Zaragoza) 43
Ana Isabel Escalona Orcao, María Zúñiga Antón y Rubén Ramos Antón

CAPÍTULO IV. Desarrollo de una metodología centrada en el contexto cercano del alumno: Facebook como fuente de aprendizaje 61
Isabel Mengual-Luna

CAPÍTULO V. La Alfabetización Mediática en la formación inicial de los docentes: pensamiento crítico y TIC 73
Patricia Gutiérrez Rivas

CAPÍTULO VI. Educar en competencia mediática a través de series infantiles de animación educativa 87
Irene Melgarejo-Moreno

CAPÍTULO VII. Una actividad colaborativa para la enseñanza y aprendizaje de la historia contemporánea de España en Bachillerato usando la fotografía 103
Ana María Martín López

CAPÍTULO VIII. Propuesta de transferencia de investigación sobre Competencia mediática: Educlips 117
Mari Carmen Caldeiro Pedreira, María del Mar Rodríguez Rosell, Paula Renés Arellano e Ignacio Aguaded Gómez

PRESENTACIÓN

INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE EN LA ERA RED

En la sociedad multipantalla actual es necesario desarrollar la competencia crítica y la autonomía que nos permiten comunicarnos, para ello, es fundamental el trabajo cooperativo y el cultivo de valores que pueden alcanzarse a través del diseño por parte de los profesionales de la educación de nuevos espacios y entornos de formación. En este marco, la alfabetización mediática se convierte en el estandarte de la formación integral del alumnado tanto de las etapas educativas no universitarias: infantil, primaria y secundaria como de la universitaria.

La escuela, así como aquellas instituciones educativas, deberían comprometerse y formar parte de la sociedad informacional, creando espacios de interrelación social que contribuyan al desarrollo del pensamiento crítico, axiológico y constructivo en la cultura mediática. Por ende, se necesita educación y formación entre docentes y discentes para que puedan pensar sobre sus relaciones con la sociedad informacional así como con la realidad digital actual.

En esta línea se circunscribe este eje, dirigido a los profesionales de educación media (Educación infantil, Primaria y Secundaria) y superior (Universidad), incluyendo investigadores interesados en conocer buenas prácticas que puedan aplicarse en el trabajo diario para introducir los nuevos medios y formas de aprendizaje en el aula.

Mª del Carmen Caldeiro Pedreira
Paula Renés Arellano
Mª Del Mar Rodríguez Rosell

CAPÍTULO VIII

PROPUESTA DE TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN SOBRE COMPETENCIA MEDIÁTICA: EDUCLIPS

Mari Carmen Caldeiro Pedreira
Universidad Pública de Navarra
María del Mar Rodríguez Rosell
Universidad Católica de Murcia
Paula Renés Arellano
Universidad de Cantabria
Ignacio Aguaded Gómez
Universidad de Huelva

Resumen

La producción de imágenes y contenidos -prácticamente instantánea-, más allá de la transmisión de imágenes y contenidos mediatizan la realidad de los Millenials y la Generación Z; se hace necesario por tanto promover prácticas de reflexión sobre los procesos comunicativos actuales; no olvidemos que la realidad social y mediática junto con la digitalización y la interactividad se han convertido en un baluarte fundamental hoy en día. En el marco europeo, el español y en los diferentes contextos curriculares comienzan a incluirse de forma tímida los contenidos digitales y mediáticos. Así surge el proyecto EDUCLIPS, con un carácter lúdico-educativo, enmarcado en el contexto de la competencia mediática y el desarrollo de la actitud crítica y responsable por parte de estudiantes universitarios. El objetivo fundamental de esta iniciativa es promover la producción y realización audiovisual de todas aquellas propuestas realizadas por universitarios, centradas en temas educativos. De esta manera se busca concienciar de la necesidad de producir y difundir imágenes y contenidos de manera responsable, una necesidad que se acentúa en un contexto donde prima la interactividad y la instantaneidad, dos características que en ocasiones se oponen o dificultan el desarrollo ético y racional de la tarea. En la comunicación que presentamos mostramos el origen del proyecto EDUCLIPS y su continuidad en el contexto más reciente.

Palabras clave

competencia mediática, universidad, educación, actitud crítica.

1. Comunicación y educación en el contexto digital

Las posibilidades derivadas de la omnipresencia de medios y herramientas digitales multiplican, en la sociedad hipermedia (Caldeiro y Aguaded, 2015a), las formas de comunicación y de interacción instantánea e inmediata. Esta realidad genera una serie de aspectos que conviene tener en cuenta, sobre todo a la hora de enseñar.

La ingente cantidad de pantallas, así como la proliferación de dispositivos móviles a la que contribuye la conocida obsolescencia programada generan en la ciudadanía una inconsciente dependencia y acrecientan el interés por mantenerse actualizado. Objetivos que si pretenden alcanzarse de forma incontrolada pueden convertirse en perniciosos. Por ende, en el contexto digital actual resulta fundamental tener en cuenta la totalidad de herramientas de las que disponemos y los elementos que conforman el proceso comunicativo; estos últimos: de forma especial el emisor y el receptor deben desarrollar las habilidades que le permiten convivir en la sociedad comunicativa y digital actual. En este sentido, no podemos olvidar que la realidad y la degeneración de la misma avanzan a pasos insospechados y de manera veloz. Más allá de la conocida manipulación mediática a la que nos vemos sometidos, en cierto modo de manera inconsciente, hoy en día proliferan las noticias sobre uso inadecuado y pernicioso de la red, cyberbullying, growming, sexting u otros aspectos que dañan la integridad física y la convivencia. Situaciones que conducen a pensar que una solución podría ser la restricción del uso de dispositivos móviles y tecnológicos, una alternativa que a priori y dada la realidad actual no resultaría efectiva. Si bien el control resulta imprescindible, no es la única forma de prevenir situaciones como las mencionadas: al control debe sumársele la educación.

A lo largo de la historia, y según han ido ocurriendo los diferentes cambios sociales y comunicativos, el ámbito educativo, tanto el formal como el no formal, ha tenido que adaptarse a las necesidades que surgen en cada momento. En esta línea y siguiendo al pedagogo de los oprimidos (Freire, 1968) conviene abogar por el diálogo y la reflexión como formas de crecimiento. Asimismo y partiendo de esta base, hoy en día deben subrayarse las diferencias que han ido acaeciendo, especialmente las de índole tecnológico.

La realidad más inmediata nos permite interactuar y dialogar de forma instantánea con la práctica totalidad del globo terráqueo si bien todo ello no significa que se realice adecuadamente; es decir manteniendo la forma ni el propósito adecuados. Especialmente en el caso de los menores, resulta imprescindible un acompañamiento que guie las actuaciones éticas. Una necesidad que se extiende, en ocasiones, no solo al colectivo adolescente sino a la ciudadanía en general.

La alfabetización informacional y mediática a la que se han referido el Parlamento y la Comisión Europea, DOUE (2009) ha centrado el interés de organismos la UNESCO (2011) que a través del CML «Center Media Literacy» establece las "Five key questions that can change the world", se trata de 5 preguntas clave para analizar los documentos de los medios de comunicación. Preguntas que deberían servir de referente a la hora de producir mensajes; en este sentido el «prosumer» (Sánchez-Carrero y Contreras, 2012) debería respetar tales pautas a la hora de comunicarse a través de los diferentes medios y redes que hoy en día inundan el ecosistema mediático.

Partiendo de esta base y como aplicación al contexto nacional surgen diferentes iniciativas que buscan diagnosticar cuál es la situación actual en el entorno español para, sentar precedente sobre el que diseñar estrategias o recursos que favorezcan el alcance de la competencia crítica (Caldeiro y Aguaded, 2015b). En la línea señalada, en el contexto español trabajan, entre otros, los Consejos Audiovisuales de Cataluña y Andalucía o la AUC «Asociación de usuarios de la comunicación». Además de ello, en el ámbito académico y concretamente en la Educación Superior, destaca la tarea del Gabinete de Comunicación y Educación dependiente de la UAB «Universidad Autónoma de Barcelona», el Grupo Habitaciones de Cristal, profesionales de la Universidad de Zaragoza que centran el interés en una serie de procesos relacionados con los medios vistos no solo desde su papel de elementos de comunicación sino desde la óptica educativa. Asimismo, existen iniciativas que se desarrollan en el ámbito de la comunicación como la desarrollada por los profesores Charo Sádaba y Xavier Bringué, dos autores que han escrito diferentes textos sobre la generación interactiva a la que denominan «nacidos digitales» (2012).

Por su parte, el Grupo andaluz Comunicar, colectivo veterano, con 30 años de experiencia se encarga de difundir aquellos artículos científicos de carácter internacional que mejor recogen experiencias relacionadas con la educación, la comunicación y el desarrollo de la competencia mediática en la actualidad. En este sentido y con esta línea entronca el trabajo desarrollado hace más de un lustro en el proyecto de I+D+i de Competencias Mediáticas. Una iniciativa que surge en el contexto de la ciudadanía andaluza en 2010 y se ha extendido al ámbito nacional en 2013, revalidando su valía e interés en 2015. Un proyecto que supera los límites europeos y a través de la Red Internacional de Competencias Mediáticas, «Alfamed» se extiende no solo por Europa, Italia, Portugal o República Checa, sino que se desarrolla en casi la práctica totalidad de países de América Central y del Sur. Entre los objetivos principales del proyecto de Competencias Mediáticas figuran, no solo establecer las dimensiones de la competencia mediática y diagnosticar la situación de la ciudadanía en los diferentes contextos geográficos en los que se desarrolla sino además diseñar aplicaciones y herramientas adaptadas a las necesidades de los colectivos diagnosticados. Materiales

que favorezcan el desarrollo de la competencia mediática que permite la interrelación social, la participación activa y la comunicación responsable, de forma desatacada en el ecosistema mediático más reciente y en la sociedad multipantalla donde vivimos.

2. Competencia mediática, producción de contenidos e interrelación social

La competencia mediática surge en el marco de la competencia audiovisual y ha sido definida en torno a las dimensiones de la tecnología, lenguaje, interacción, producción, valores y estética y a sus correspondientes indicadores, (Ferrés 2006; Ferrés y Piscitelli, 2012).

En este sentido la Comisión Europea (2011) se refiere a la competencia mediática como la habilidad que permite analizar de forma crítica los contenidos audiovisuales; una actitud imprescindible para la convivencia de la ciudadanía digital que convive no solo con la tecnología sino con los contenidos que a través de esta se difunden. En este sentido, la ingente cantidad de mensajes a los que nos encontramos expuestos justifica la necesidad de, no solo comprenderlos y decodificarlos adecuadamente sino que requiere del alcance de las dimensiones de producción de estos acorde al contexto y al receptor. Por ende, resulta fundamental que no solo a edades tempranas sino de forma general a la totalidad de la ciudadanía se les enseñe a elaborar contenidos de manera responsable. Hoy en día no es suficiente con saber manejar un dispositivo a nivel tecnológico sino que además es fundamental conocer el lenguaje, su significado, cómo ha de utilizarse y cuáles son sus potenciales efectos. En la era de la interactividad las generaciones digitales, independientemente de su edad deben interactuar conforme al contexto y teniendo presentes principios como el de responsabilidad, respeto mutuo o igualdad, entre otros. Además es básico no violar la privacidad ni tampoco la autoría, dos cuestiones que resultan clave para el desarrollo de la adecuada convivencia. Asimismo en la producción de contenidos y el desarrollo de la correcta interrelación conviene tener en cuenta además de los valores mencionados, el principio de la estética dado que unos y otros conforman la capacidad crítica y favorecen la convivencia.

Para ello es necesario subrayar el papel y responsabilidad de los diferentes agentes que conforman el ámbito educativo en particular y la sociedad en general. A diario nos enfrentamos con situaciones en las cuales editamos, recibimos y difundimos información ya sea en el ámbito público, en el privado o en ambos; todo esto genera la necesidad de desarrollar unos conocimientos base que brotan en la familia y se perfilan en la sociedad en general para terminar construyéndose en la escuela. En este proceso de construcción es necesario destacar el valor determinante del ecosistema mediático

donde además de las pantallas adquiere un valor neurálgico importante Internet. La red de redes favorece el contacto con identidades diversas y la comunicación, en ocasiones no segura; por tanto es necesario que la totalidad de usuarios desarrollen la competencia mediática que hace posible su actuación responsable. Asimismo sería deseable el alcance de la competencia crítica (Caldeiro y Aguaded, 2015b) con base en las dimensiones de la producción, estética y valores que favorezca la interrelación social y cívica de la ciudadanía, independientemente de su raza, ideología o procedencia.

En el contexto actual, contamos además con diferentes marcos legislativos que analizan el alcance no solo de estas competencias sino también de la competencia digital sobre la que podríamos situar a las demás. La totalidad de recursos y medios justifica el interés del proyecto que presentamos: Educlips, una iniciativa dirigida al alumnado universitario pero que podría ser susceptible de adaptar a otros colectivos. Asimismo y dado que no es suficiente con consumir contenidos audiovisuales, se certifica el necesario desarrollo de la competencia mediática que busca el alcance del prosumer (Sánchez y Sandoval-Romero, 2012) o del produce, Hernández, Renés y Greenhill (2017:77). Se trata de, nuevas audiencias que conforman el ecosistema mediático y que necesitan además de recibir, producir contenidos de forma mínimamente responsable, autónoma y crítica.

3. El proyecto Educlips

3.1. Contextualización

La primera edición de Educlips, surgió en el año 2014 como un proyecto de transferencia del conocimiento derivado del I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010-21395-C03-03, titulado "La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital" y del Proyecto de Investigación de Excelencia de la Junta de Andalucía SEJ-5823-2010, denominado "La competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza. Estrategias de alfabetización mediática en la sociedad del ocio digital", bajo la dirección del IP principal: Dr. Ignacio Aguaded, así como de Dra. Jaqueline Sánchez y la Dra. Paula Renés.

En su segunda edición (actualmente en curso), este concurso se ha enmarcado a día de hoy en la Red Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+I Coordinado "Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): practicas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples" (EDU2015-64015-C3-1-R) (MINECO/FEDER), y de la "Red de Educación Mediática" del Programa Estatal de Investigación Científica-Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento (EDU2016-81772-REDT), financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

(FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España. En esta línea, el staff directivo del proyecto en 2017 se concreta a través del Dr. Ignacio Aguaded, Dra. Mar Rodríguez, Dra. Mari Carmen Caldeiro y Dra. Paula Renés.

3.2. Objetivos

Con la finalidad de lograr ese proceso de transferencia del conocimiento de las diferentes líneas de investigación que se han ido desarrollando desde el inicio de la investigación sobre competencia mediática, el proyecto Educlips, tanto en su primera como segunda edición, se concreta en un concurso de vídeos educativos que busca promover la producción audiovisual en los alumnos universitarios a través de los siguientes objetivos generales:

1. Promover la producción y realización audiovisual de todas aquellas propuestas realizadas por universitarios, centradas en temas educativos.
2. Fomentar la creatividad de los estudiantes a través de la producción audiovisual.
3. Facilitar al profesorado producciones que puedan ser utilizadas en sus actividades docentes cotidianas.

3.3. Diseño

En cuanto al diseño del proyecto, mencionado a partir de ahora como concurso, y una vez citados los objetivos del mismo y el marco de contextualización, se hace necesario mencionar cómo y de qué manera se gestiona el concurso.

Para la creación del concurso se creó un equipo de trabajo encargado de dirigir, difundir, gestionar y evaluar los recursos audiovisuales que elaboran el alumnado universitario para tal fin. En este sentido, se creó la siguiente página web http://educlips.es/index.php, como escaparate para difundir el proyecto a la vez, que sirve de gestor de materiales.

Esta página web recoge todos los objetivos, equipo, fases y normativa que se requiere para participar en el concurso y que resulta de interés esencial para el alumnado universitario que desee elaborar un Educlip, es decir, un vídeo educativo de máximo 5 minutos sobre la temática que se le exige según la edición de 2014 o 2017. En la primera edición, la temática fue abierta en cuanto a materiales audiovisuales que tuviesen un carácter educativo. Es en esta segunda edición, 2017, en la que como resultado de los últimos temas de actualidad, el Ciberbullying y la Igualdad de han convertido en el espejo social de las necesidades y demandas que actualmente nos preocupan y que por tanto, han sido objeto de interés.

Las pautas a seguir por parte del alumnado universitario que desee participar en el concurso están expuestas en la página web y son las siguientes:

- Los participantes del Concurso Educlips deben ser estudiantes universitarios del ámbito español y estar inscritos en algún curso o programa académico a partir del 2017.
- El participante que se registre y suba el vídeo será la persona responsable ante el Concurso Educlips.
- Todos los vídeos deben cumplir con la normativa legal especificada durante el proceso de registro. Asimismo, el equipo de dirección podrá solicitar en cualquier momento del concurso algún documento de acreditación si no estuviese claro.
- El participante debe indicar en los créditos la autoría musical o si esta es libre de Derechos de Autor (ver apartado Derechos de Autor).
- El participante debe subir el vídeo previamente a algún canal de YouTube y posteriormente registrarlo en la página del Concurso Educlips en la pestaña "Concurso". No se recibirán trabajos por otras vías.
- No podrán participar miembros de la familia directa (hermanos, hijos, nietos) del Jurado Profesional del Concurso Educlips.
- Un mismo participante puede registrar dos vídeos como máximo.
- La participación en Educlips es totalmente gratuita.
- Para cualquier consulta se dispone del siguiente contacto: información@educlips.es
- No se admitirán vídeos con contenidos que muestren violencia, vulgaridad, lenguaje difamatorio u otro contenido considerado inapropiado por los organizadores de Educlips.
- No se aceptarán vídeos que incluyan publicidad, logotipos, ni recomendaciones para seguir webs, blogs, etc.
- Enfoque: debe ser un vídeo susceptible de ser utilizado en una clase como recurso educativo.
- En el aspecto técnico debe contar con un mínimo de calidad tanto en la imagen como en el sonido, que permita que el contenido sea comprensible.
- Los vídeos pueden ser producidos en cualquier estilo y género: ficción, documental, animación, reportaje, vídeo musical, etc.

- Se valorará la capacidad de innovación en el tratamiento audiovisual de los vídeos.
- Los vídeos deben estar realizados en idioma español, o subtitulados al español.
- La duración máxima no debe exceder de 5 minutos, incluyendo títulos y créditos.
- Los vídeos deben haber sido producidos a partir de enero de 2017 (en la segunda edición).
- Se deben cumplir los plazos temporales indicados para el concurso.

En relación al equipo que conforma este concurso, está el Staff Directivo ya mencionado, que es el encargado de diseñar, elaborar y gestionar el proyecto. Sin embargo, su función no sería posible sin la existencia de otros profesionales del ámbito que apoyen, dinamicen y enjuicien positivamente y con rigurosidad todo este proceso. Por dicho motivo, además del staff directivo, nos encontramos con un Equipo de Dirección que se encarga de velar porque los vídeos que se registran en el concurso cumplan con la normativa legal del mismo. Además de estos dos equipos, están los Embajadores, un conjunto de profesores universitarios que se encargan de difundir el concurso entre toda la comunidad educativa de su universidad, y el Jurado, profesores también del ámbito universitario y expertos en la temática y en el campo tecnológico y audiovisual que serán los encargados de votar cada uno de los vídeos participantes. Asimismo, una novedad que se ha incorporado esta segunda edición, es el Equipo de difusión de Redes", un grupo de profesores universitarios que se están encargando de difundir a través del Blog, Facebook, YouTube, Twitter, prensa o radio, el concurso a nivel nacional.

En cuanto a la fase de concurso, aquellos alumnos universitarios que deseen hacerlo deberán llevar a cabo los siguientes pasos:

1. Elaborar el Educlips cumpliendo con la normativa vigente.
2. Subirlo a YouTube.
3. Uno de los participantes será quien se registre en la página del concurso: http://educlips.es/subeycompartetuvideo.php
4. Una vez registrado, accederá a su cuenta personal creada para subir su Educlip.

Durante la fase de concurso, que la edición anterior empezó el 20 de septiembre de 2014 y finalizó el 28 de Noviembre de 2014, todos los vídeos participantes en el concurso pasaron a ser evaluados (este año nos encontramos en fase de participación aún sin finalizar).

La selección de los Educlips premiados será fruto de la valoración y votaciones tanto de un jurado profesional como de un jurado popular. El jurado profesional está formado por docentes representantes de las diferentes universidades españolas que participan en el Concurso EDUCLIPS, tal y como se señaló anteriormente, mientras que el jurado popular lo forman los usuarios, sean o no creadores de Educlips, que con sus votos contribuyen a seleccionar los tres vídeos premiados en esta convocatoria.

Entre los criterios para la selección de los ganadores destacan los siguientes aspectos: finalidad educativa, guión, creatividad, fotografía, banda sonora, vestuario, calidad de la actuación, logro en los efectos especiales, que sea cercano a la realidad social actual, que incluya valores positivos, y que sea divertido.

En relación con el premio del concurso éste se centrará en los 3 mejores vídeos participantes y si el vídeo es elegido como uno de los 3 ganadores, el participante tiene la oportunidad de que sea emitido en la 2 de Televisión Española (TVE) en el programa "La Aventura del Saber", un espacio divulgativo que viene emitiéndose desde 1989 y que da a conocer a través de reportajes y entrevistas distintos temas entre los que destacan la cultura, la ciencia, la tecnología o el medio ambiente.

Si así lo desean, los premiados podrán, si lo estiman, acudir a los estudios de Prado del Rey (Televisión Española) a presentar sus vídeos. En tal caso, los gastos del viaje y la estancia de los ganadores deberán ser sufragados por la Universidad a la que pertenezcan.

3.4. Vídeos ganadores. Edición 2014.

En la edición 2014 los vídeos ganadores de la misma fueron los siguientes:

1. EDUCA-ACCIÓN (Universidad de Jaén)

Figura 1. Primer vídeo ganador: EDUCA-ACCIÓN

Este vídeo recoge el testimonio de personas mayores que relatan cómo fue su enseñanza durante sus años de escolarización en la escuela y ofrecen sus opiniones, emocionales y sentimientos sobre la actual educación, los cambios que se han producido y sus reflexiones sobre la importancia de estudiar.

2. NO TE QUEDES PARADO. (Universidad de Huelva)

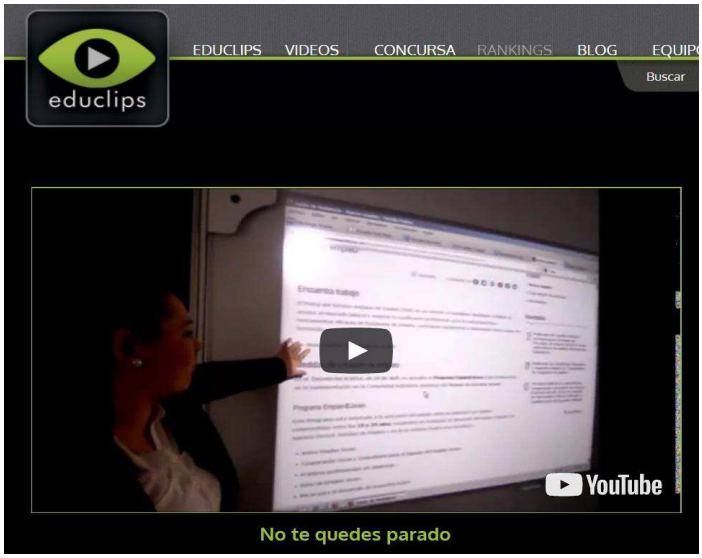

Figura 2. Segundo vídeo ganador: NO TE QUEDES PARADO

El segundo vídeo ganador, a través de imágenes y una banda sonora permanente a lo largo del vídeo, ofrece episodios sobre la búsqueda de empleo por parte de los jóvenes, promoviendo la lucha contra el desempleo juvenil de nuestra sociedad actual.

3. QUESO GRUYERE Y ENCAJE DE SEDA. (Universidad Jaime I)

Figura 2. Tercer vídeo ganador: QUESO GRUYERE Y ENCAJE DE SEDA

En el caso del tercer vídeo ganador: Queso Gruyere y encaje de seda, el género es una comedia-dramática ambientada en los años 20. Paquita, la protagonista de la historia, está casada con un hombre bastante machista, que le maltrata tanto física como psicológicamente. Paquita ya cansada de su marido se enamora de John, un hombre de color que va vendiendo quesos por las calles del pueblo. Al ser diferente a los demás todo el pueblo lo rechaza menos Paquita que es la única capaz de mirar más allá de la apariencia. A partir de ahí sucederán una serie de circunstancias donde toda la gente se irá dando cuenta de que convivir con gente de diferentes culturas y razas se convertirá en algo positivo.

4. Conclusiones

La primera edición del Certamen Educlips, se cerró con un altísimo éxito de participación y con más de 30 Universidades participantes de toda España con el objeto de fomentar la producción audiovisual educativa entre jóvenes universitarios españoles, promovido por el I+D EDU2010-21395-C03 y el Proyecto de Excelencia SEJ-5823-2010.

La participación del jurado popular con miles de votos y del jurado profesional, además de la labor de difusión hecha por los profesores universitarios en calidad de embajadores, ha hecho posible esta primera edición del concurso.

El Staff Directivo y el Equipo de Dirección, una vez analizados todos los votos, decidió seleccionar como ganadores de esta primera fase a:

1. EDUCA-ACCIÓN (5.00) (Universidad de Jaén)
2. NO TE QUEDES PARADO (2:51) (Universidad de Huelva)
3. QUESO GRUYERE (4:59) (Universidad Jaime I)

De esta manera, el equipo al completo agradeció sinceramente su amplia colaboración y los ganadores fueron presentados en el programa "La aventura del saber" de TVE.

En este sentido, el concurso Educlips, se ha convertido es un proyecto no solo de transmisión del conocimiento sino también de movilización hacia la creación de recursos audiovisuales, promoviendo en el alumnado universitario capacidades y destrezas como “prosumer” y “producer”. Y la Web que se ha construido, favorece el empoderamiento a los educadores a través del repositorio creado gracias a las aportaciones de los vídeos de los alumnos.

Actualmente, la sociedad está exigiendo una preparación como ciudadanos competentes en medios de comunicación, siendo críticos, activos y responsables ante los mismos para favorecer hábitos democráticos y equitativos entre las personas. *Los medios audiovisuales gracias a la digitalización y la electrónica han ampliado sus formatos, constituyendo un nuevo paradigma mediático y cultural en el que se favorece tanto la dinámica comunicativa como la informativa* (Pérez-Rodríguez, Delgado-Ponce, García-Ruiz y Caldeiro, 2015:17). Reflexionar sobre la influencia que están generando los medios de comunicación sobre los ciudadanos y concretamente sobre los alumnos universitarios, futuros profesionales de nuestra sociedad, y jóvenes que han crecido rodeados de tecnología (Bringué y Sábada, 2011), es un elemento que se ha tenido presente en este proyecto, facilitando a los estudiantes ser partícipes activos en el proceso y a los educadores, como protagonistas que pueden hacer uso de los recursos audiovisuales creados para un fin educativo. De esta manera, el proceso de diseño, creación y edición de vídeos por parte del alumnado, les está ofreciendo la oportunidad de mejorar su formación más allá de acceder a contenidos audiovisual o consumirlo, estamos hablando de crearlo, de trabajar en equipo, de diseñar, de motivarse y de ser, por tanto, protagonistas de su propio empoderamiento hacia y para los medios de comunicación (Pérez-Tornero, 2004).

Referencias

Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2012). Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas. Madrid: Rialp.

Bringué, X. y Sábada, Ch. (2011). Menores y redes sociales, Foro generaciones interactivas, Madrid.

Caldeiro, M. C y Aguaded, J. I. (2015a). Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Ridu, 9 (1)*. Pp. 45-64. (http://goo.gl/Kf8yVw)

Caldeiro-Pedreira, M. C. & Aguaded-Gómez, I. (2015b). 'Estoy aprendiendo, no me molestes' la competencia mediática como forma de expresión crítica de nativos e inmigrantes digitales. Redes.com, 12. Recuperado de http:// goo.gl/2ORkf1

Comisión Europea (2011). *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe. Final Report*. European Commission. Recuperado de https://goo.gl/4WJXRS

DOUE (2009). Recomendaciones sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. Recuperado de https://goo.gl/JbzR6e

Ferrés J. (2006). La competència en comunicació audiovisual: proposta articulada

de dimensions i indicadors. *Quaderns del CAC, 25*; 9-18 Recuperado de https://goo.gl/eYPg1e

Ferrès, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, *19*(38), 75-82. DOI: http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08

Freire, P. (1968). Pedagogía del oprimido. Recuperado de https://goo.gl/aQrZnh

Hernández-Serrano, M., Renés-Arellano, P., Graham, G. & Greenhill, A. (2017). From Prosumer to Prodesigner: Participatory News Consumption. *Comunicar, 50*, 77-88. https://doi.org/10.3916/C50-2017-07

Pérez-Rodríguez, M. A., Delgado-Ponce, A., García-Ruiz; R. y Caldeiro, M. C. (2015). *Niños y jóvenes ante las redes y pantallas*. Barcelona: Gedisa.

Pérez-Tornero, J. M. (2004). Promoting digital literacy. Understanding digital literacy. UAB-Comisión Europea, Barcelona.

Sánchez-Carrero, J. & Contreras-Pulido, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *ICONO14. 10* (3), 62-84. https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210.

Sánchez-Carrero, J., & Sandoval-Romero, Y. (2012). Claves para reconocer los niveles de lectura crítica audiovisual en el niño. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, *19*(38), 113-120.

UNESCO (2011). *Alfabetización mediática e institucional. Currículum para profesores* Elaborated by C. Wilson, A. Grizzle, R. Tuazon, K. Akyempong & C.-K. Cheung. Paris: UNESCO. In https://goo.gl/SkSK3v.

Este libro se terminó de elaborar en junio de 2018
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.