

Educlips: proyecto de alfabetización mediática en el ámbito universitario

Paula Renes-Arellano¹
Mari Carmen Caldeiro-Pedreira²
María del Mar Rodríguez-Rosell³
Ignacio Aguaded⁴

Resumen: Los nuevos modelos sociales de alfabetización mediática están generando transformaciones en los procesos comunicativos y en los modos de comprender la realidad en la que vivimos. El marco universitario en el que se prepara a los futuros profesionales, parece convertirse en el espacio ideal para promover procesos educativos de alfabetización mediática. Este trabajo pretende, desde un carácter pedagógico y educativo, mostrar el proyecto EDUCLIPS, con el objetivo de promover entre estudiantes universitario del ámbito español el desarrollo de la competencia mediática, la actitud crítica y responsable. La finalidad de esta iniciativa es favorecer la producción y realización audiovisual de todas aquellas propuestas desarrolladas por universitarios, centradas en temas educativos de actualidad como son la igualdad y el acoso escolar a través de las redes. Por ello, se intenta concienciar de la necesidad de producir y difundir imágenes y contenidos de manera responsable, un elemento necesario en la sociedad digitalizada actual en la que en ocasiones, la falta de procesos reflexivos y de intervenciones educativas propician la aparición de problemas asociados al uso inadecuado de los medios entre jóvenes. En los resultados finales se muestran algunos de los recursos audiovisuales creados por algunos estudiantes universitarios del ámbito nacional y que fueron más valorados en las ediciones 2014 y 2017, proporcionando de esta manera un repositorio de producciones audiovisuales que pueden ser utilizados en actividades docentes cotidianas.

Palabras-clave: Competencia Mediática; Universidad; Educación; Actitud Crítica.

¹Profesora de la Facultad de Educación, Universidad de Cantabria. E-mail: paula.renes@unican.es

²Doctora en Comunicación y Educación, profesora en el Dpto. de Pedagogía y Didáctica de la Universidad de Santiago de Compostela. E-mail: mcarmen.caldeiro@usc.es

³Doctora en Ciencias de la Información y profesora en el Dpto. de Comunicación de la UCAM donde es Secretaria Académica de la Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación. E-mail: mmrodriguez@ucam.edu

⁴Catedrático de Universidad de Educación y Comunicación en la Universidad de Huelva. Presidente del Grupo Comunicar. E-mail: ignacio@aguaded.es

Educlips: projeto de alfabetização midiática no âmbito universitário

Paula Renes-Arellano⁵
Mari Carmen Caldeiro-Pedreira⁶
María del Mar Rodríguez-Rosell⁷
Ignacio Aguaded⁸

Resumo: Os novos modelos sociais de alfabetização mediática estão transformando os processos comunicativos e nos modos de entender a realidade em que vivemos. O marco universitário no qual se educa os futuros profissionais se converte no espaço ideal para promover processos educativos de alfabetização mediática. Este trabalho busca, a partir de uma perspectiva pedagógica e educativa, apresentar o projeto EDUCLIPS, que tem como objetivo promover o desenvolvimento da alfabetização midiática, a atitude crítica e responsável entre estudantes universitários espanhóis. O propósito desta iniciativa é favorecer a produção e realização audiovisual de propostas desenvolvidas por estudantes universitários, centradas em temas educativos atuais como a igualdade e o bullying escolar através das redes. Tem o intuito de conscientizar sobre a necessidade de se produzir e difundir imagens e conteúdos de maneira responsável, um elemento necessário na sociedade digital em que, em certas ocasiões, a falta de processos reflexivos e de intervenções educativas propiciam o surgimento de problemas associados ao uso inadequado dos meios entre os jovens. Os resultados finais mostram alguns dos recursos audiovisuais criados pelos estudantes universitários espanhóis e que foram valorizados nas edições de 2014 e 2017, proporcionando desta forma um repositório de produções audiovisuais que podem ser utilizadas em atividades docentes cotidianas.

Palavras-chave: Competência Midiática; Universidade; Educação; Atitude Crítica.

⁵Profesora da Faculdade de Educação, Universidade de Cantabria. E-mail: paula.renes@unican.es

⁶Doutora em Comunicação e Educação, professora do Depto. de Pedagogia e Didática da Universidade de Santiago de Compostela. E-mail: mcarmen.caldeiro@usc.es

⁷Doutora em Ciências da Informação e professora do Depto. de Comunicação da UCAM onde é Secretária Acadêmica da Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação. E-mail: mmrodriguez@ucam.edu

⁸Professor da Universidade de Educação e Comunicação da Universidade de Huelva. Presidente do Grupo Comunicar. E-mail: ignacio@aguaded.es

Introducción

Históricamente y analizando los cambios sociales y comunicativos que se han ido produciendo en el ámbito educativo, tanto el formal como el no formal, se ha observado la necesidad de adaptación a las carencias emergentes de cada momento y cultura. Concretamente, Freire (1968) señaló que conviene abogar por el diálogo y la reflexión como los modelos más eficaces de crecimiento y proceso social e individual. En la sociedad del conocimiento actual, donde prima la presencia de los medios de comunicación se ha legitimado la presencia de las múltiples diferencias que han ido acaeciendo, especialmente en los ámbitos audiovisual y tecnológico.

Actualmente existe una gran cantidad de pantallas, así como una proliferación masiva de dispositivos móviles que están contribuyendo hacia la conocida obsolescencia programada que, a su vez, genera en la ciudadanía, una inconsciente dependencia de las herramientas tecnológicas, al tiempo que acrecienta el interés individual por mantenerse actualizado. En la sociedad hipermedia, las posibilidades derivadas de la omnipresencia de medios y herramientas digitales incrementan los modos de comunicación y de interacción instantánea e inmediata (CALDEIRO & AGUADED, 2015a).

En este contexto, resulta relevante reflexionar y plantearse si la totalidad de herramientas digitales existentes resultan fundamentales, si son necesarias todas y cada una de ellas para la comunicación y la interrelación virtual. Un interrogante que se puede formular cuando el emisor y el receptor se comunican determinando, a su vez, las tipologías comunicativas que les permiten convivir en la sociedad comunicativa y digital.

En este sentido, no se puede obviar que se avanza de forma rápida hacia modelos desconocidos en los que pueden presenciarse modelos de manipulación mediática, viéndose reflejada de manera inconsciente. Más concretamente, hoy en día se puede observar la divulgación de noticias que circulan por las redes y los medios sobre el uso inadecuado y pernicioso de la red u otros elementos como son

cyberacoso, growming, sexting, entre otros, que dañan la integridad física y la convivencia. Este tipo de experiencias pueden conducir a reflexionar y tomar decisiones en las que la restricción del uso de dispositivos móviles y tecnológicos son un modo de control y eficacia ante estas situaciones, una alternativa que dada la realidad actual no resultaría efectiva (HEPP; PRATS Y HOLGADO, 2015). Teniendo en cuenta el papel de las instituciones educativas tanto de etapas inferiores como superiores, parece interesante plantearse la necesidad de fermentar una educación mediática que favorezca modelos comportamentales críticos y participativos ante, por y para los medios (BERNABÉU, 2010).

Alfabetización informacional y mediática

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. Este tipo de preguntas pueden servir de referente a la hora de producir mensajes, analizarlos y crearlos; en este sentido el «prosumer» (Sánchez-Carrero & 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. Más en concreto, este nuevo perfil mediático de individuo evoluciona hacia modelos «prodesigner» (HERNÁNDEZ; RENÉS; GRAHAM& GREENHILL, 2017), siendo más consciente de los procesos comunicativos de consumo, participación y creación.

Según puede constatarse, la realidad actual en la que se vive permite interactuar y dialogar de forma rápida e instantánea en cualquier lugar y momento, aunque ello no signifique que esto se realice de manera adecuada. En este caso, y de manera más acusada, se puede observar este uso abuso de medios entre los niños y jóvenes, resultando imprescindible un acompañamiento que guíe las actuaciones

éticas, una necesidad de una educación mediática. Se ha observado una carencia del grado de competencia mediática en la ciudadanía, elementos que se han observado y quedan patentes en diversas investigaciones no solo del ámbito infantil y juvenil (RAMÍREZ-GARCÍA; RENÉS-ARELLANO & GARCÍA-RUIZ, 2014; CALDEIRO-PEDREIRA; MARAVER-LÓPEZ & MARÍN-GUTIÉRREZ, 2017) sino también adultas (FERRÉS *et al*, 2011) y de la tercera edad (CONTRERAS; MARFIL & ORTEGA, 2014).

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 & PISCITELLI, 2012).

Continuando con la explicación descrita, la Comisión Europea (2011) hace referencia a la competencia mediática como la habilidad que permite analizar de forma crítica los contenidos audiovisuales; una actitud que se resulta imprescindible para lograr una convivencia de la ciudadanía digital eficiente y eficaz en la que no solo se produzcan relaciones y progresos del ámbito tecnológico sino que también sean competentes con los contenidos que a través de esta se difunden. Por ende, se ha de reflexionar sobre la multitud de mensajes a los que nos encontramos expuestos siendo necesario no solo comprenderlos y decodificarlos adecuadamente, sino también desarrollando dimensiones de producción de estos acorde al contexto y al receptor. Resulta imprescindible que la educación mediática se desarrolle no solo en edades más tempranas sino de forma general en la totalidad de la ciudadanía, siendo partícipes y productores de contenidos audiovisuales de forma responsable y cumpliendo con unos estándares éticos en los mensajes creados.

En este contexto resulta conveniente valorar la insuficiencia actual con hacia el manejo de un dispositivo a nivel tecnológico, ya que esta precisa de elementos más complejos de comprensión, como puede ser el conocimiento del propio lenguaje mediático, su significado, cómo se puede utilizar y cuáles son sus posibles efectos. En este sentido, en la nueva era, las generaciones digitales, independientemente de su edad, interactúan conforme al medio que en el que se

circunscriben y teniendo presentes principios como el de responsabilidad, respeto mutuo o igualdad, entre otros.

Es fundamental que las personas sean capaces de controlar y dominar aspectos vinculados al contenido ético de los mensajes audiovisuales en los que es importante cuidar la privacidad y la autoría de lo que se crea, comparte o/y consume, y que repercute en las propias relaciones de convivencia. Es, en la producción de contenidos y durante el desarrollo de la correcta interrelación personal cuando se hace necesario tener en cuenta valores, tales como los mencionados y que favorecen una convivencia de calidad, así como los principios de la estética y la capacidad crítica que favorecen y repercuten en las relaciones sociales.

Medialiteracy y su impacto en las relaciones sociales

En relación con las afirmaciones señaladas en el apartado anterior, y como aplicación al contexto nacional, emergen diversas iniciativas que buscan diagnosticar cuál es la situación actual en el entorno español para diseñar herramientas, estrategias o recursos que favorezcan el alcance de la competencia crítica en toda la ciudadanía (CALDEIRO &AGUADED, 2015b).

En la línea indicada, 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. También destacan iniciativas desarrolladas dentro del contexto comunicativo como son las promovidas por los profesores Charo Sádaba y Xavier Bringué, quienes defienden una nueva generación interactiva a la que denominan «nacidos digitales» (2012).

Asimismo, cabe resaltar la presencia actual del Grupo andaluz Comunicar, colectivo veterano, con 30 años de experiencia quien se encarga de difundir artículos científicos de carácter internacional que recogen experiencias relacionadas con la educación, la comunicación y el desarrollo de la competencia mediática en la actualidad.

Siguiendo esta descripción en el ámbito nacional, resulta relevante señalar el trabajo desarrollado desde el año 2009 aproximadamente hasta hoy del proyecto de I+D+i de Competencias Mediáticas. Una iniciativa que surge en el contexto catalán en 2009 y más tarde en el andaluz en 2010 y se ha extendido al ámbito nacional en 2013, revalidando su valía e interés en 2015 y en la actualidad, que sigue vigente.

Este tipo de proyectos ha superado con creces los límites europeos, generando nuevas redes y colaboraciones como la Red Internacional de Competencias Mediáticas, «Alfamed» que abarca la implicación activa de países europeos como España, Italia, Portugal o República Checa, así como latinoamericanos, desde Ecuador, pasando por Chile, República Dominicana o Colombia, entre otros.

Dentro de esta forma de trabajo cabe resaltar los objetivos principales del proyecto de Competencias Mediáticas en el que se han establecido dimensiones de la competencia mediática y se ha diagnosticado la situación de la ciudadanía en los diferentes contextos geográficos en los que se desarrolla, diseñando aplicaciones y herramientas adaptadas a las necesidades de los colectivos señalados.

Asimismo, es preciso destacar la función y la responsabilidad de los diferentes agentes que conforman el ámbito educativo en particular y su repercusión al contexto social. Continuamente se pueden presenciar situaciones en las que se edita, recibe o difunde información tanto privada como pública a través de las redes sociales, los dispositivos móviles o cualquier otro tipo de presencia de medios interconectados. En este marco, se hace necesario el desarrollo de una educación ética y mediática comprometida con la información que circula socialmente, más

acusado desde las funciones educativas que tienen las escuelas y universidades así como las familias.

En este proceso de construcción de la identidad digital (FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ & GUTIÉRREZ-PEQUEÑO, 2017) y de la persona como prosumidora (SÁNCHEZ-CARRERO & CONTRERAS-PULIDO, 2012), conviene señalar cómo Internet se ha convertido en la herramienta por excelencia de mantenimiento de relaciones digitales, en la que en ocasiones no existe seguridad tanto en la información que se comparte como en la propia identidad del sujeto con el que se intercambia información. La actuación responsable en estos espacios virtuales hace necesaria una reflexión sobre los modelos de formación educativa en medios que requiere la población, haciéndose deseable la adquisición de una competencia crítica (CALDEIRO & AGUADED, 2015b) con base en las dimensiones citadas en el proyecto sobre de Ferrés y Piscitelli (2012) de la producción, estética y valores que favorezca la interrelación social y cívica de la ciudadanía.

Actualmente, en el ámbito español así como en el europeo, existen diferentes marcos legislativos que analizan el alcance de la competencia digital. La cantidad de recursos, herramientas y medios justifican el interés del proyecto que presentamos: Educlips, una iniciativa dirigida al alumnado universitario pero que podría ser susceptible de adaptar a otros ámbitos y contextos. Asimismo, y tal y como se ha justificado anteriormente de que no es suficiente con consumir contenidos audiovisuales, se afirma la necesidad de desarrollar una adecuada competencia mediática que busque el alcance de los perfiles inicialmente citados, los del "prosumer" (SÁNCHEZ y SANDOVAL-ROMERO, 2012) o los del nuevo "producir" (HERNÁNDEZ, RENÉS, GRAHAM & GREENHILL, 2017), que crean y constituyen el ecosistema mediático actual y que requieren de una producción que cumpla con estándares éticos de uso y creación de forma crítica y responsable.

Metodología: proyecto Educlips

El proyecto Educlips surge en el año 2014, como primera edición de un proyecto de transferencia del conocimiento derivado del I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010-21395-CO3-03, 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.

El éxito recogido de esa primera convocatoria y la trayectoria del grupo de investigación que lo avala, una segunda edición del mismo en el año 2017 y enmarcado 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): prácticas innovadoras y estrategias educativas 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 concretó a través del Dr. Ignacio Aguaded, Dra. Mar Rodríguez, Dra. Mari Carmen Caldeiro y Dra. Paula Renés.

En este marco y 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.

En relación con el 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 preciso hacer mención al modo o manera en la que se ha gestionado.

El primer equipo de trabajo del concurso se creó con la finalidad de dirigir, difundir, gestionar y evaluar los recursos audiovisuales que elaboraban el alumnado universitario para concursar. Para ello, se procedió a crear una página web especificada a continuación [1] como escaparate para difundir el proyecto a la vez, que sirvió de referente como gestor y repositorio de materiales audiovisuales.

En esta página web se recogen todos los objetivos, equipo, fases y normativa que se requería 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. Es relevante indicar que en la primera edición de 2014, la temática fue abierta en cuanto a materiales audiovisuales que tuviesen un carácter educativo. Asimismo, en la segunda edición de 2017, fueron Ciberbullying y la Igualdad los temas sobre los que debían concursar los estudiantes, como resultado de los tópicos en los que se han convertido en el espejo social de las necesidades y demandas que actualmente preocupan en todos los contextos y que han sido foco de interés.

Las pautas a seguir por parte del alumnado universitario que participó 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 con los equipos que han facilitado este concurso, se destaca el Equipo de Dirección quien se ha encargado de controlar que los vídeos que se registraban en el concurso cumpliesen con la normativa legal del mismo. Además de estos dos equipos, están los Embajadores, un conjunto de profesores universitarios que se encargaron 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 fueron 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 encargados de difundir a través del Blog, Facebook, YouTube, Twitter, prensa o radio, el concurso a nivel nacional.

En relación al equipo que conformó este concurso, estuvo el Staff Directivo ya mencionado, encargado de diseñar, elaborar y gestionar el proyecto. Sin embargo, su función no hubiese sido posible sin la colaboración de embajadores, jurado, equipo

de dirección así como de otros participantes que han hecho posible tanto la primera como la segunda edición.

En cuanto a la fase de concurso, aquellos estudiantes universitarios que deseaban hacerlo debían de 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 [2]
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, y en esta segunda edición se inició en el mismo mes y se finalizó en diciembre de 2017, todos los vídeos participantes en el concurso pasaron a ser evaluados.

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

Entre los criterios para la selección de los ganadores destacaron la finalidad educativa, guión, creatividad, fotografía, banda sonora, vestuario, calidad de la actuación, logro en los efectos especiales, cercanía y valores positivos.

En relación con el premio del concurso éste se centró en los 3 mejores vídeos participantes y ganadores, en el que los participantes tuvieron la oportunidad de acudir a la 2 de Televisión Española (TVE) en el programa “La Aventura del Saber” para emitir sus vídeos ganadores en 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.

Resultados

A continuación se describen los vídeos ganadores de ambas ediciones, 2014 y 2017. En concreto, en la primera edición (2014) los vídeos ganadores han sido los siguientes:

1. Educa-Acción (Universidad de Jaén)

Figura 1 - Primer vídeo ganador: Educa-Acción.

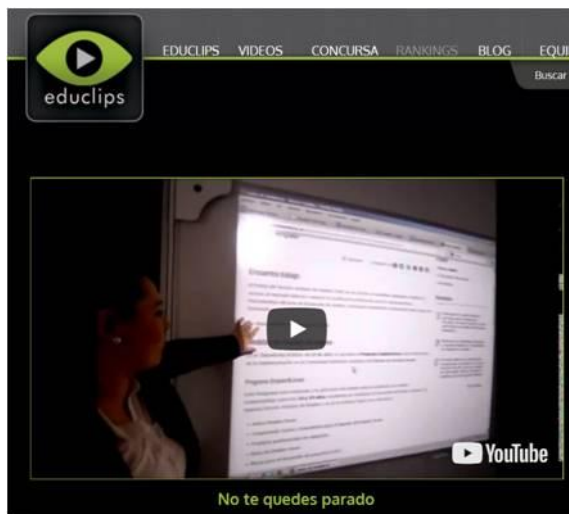


Fuente: <https://goo.gl/rsJfzs>

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.



Fuente: <https://goo.gl/77qOp1>

El segundo vídeo ganador, a través de imágenes y una banda sonora permanente a lo largo del educlip, 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 3 -Tercer vídeo ganador: Queso Gruyere y Encaje de Seda.



Fuente: <https://goo.gl/nZJGEB>

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.

En la segunda edición (2017) los vídeos ganadores en relación con la temática de Igualdad y Ciberacoso, de la misma fueron los siguientes:

1. Lucha Interior. Ciberbullying. (Universidad de Huelva).

Figura 4 - Primer vídeo ganador: Lucha Interior. Ciberbullying.



Fuente: <https://goo.gl/UHJEDf>

Cuenta la historia de dos jóvenes cuyas vidas están conectadas por el rechazo de la sociedad. En ambos casos estos acosos son presenciales y también a través de las redes sociales. En numerosas ocasiones este tipo de acoso generan otros graves

problemas como son el suicidio, la bulimia, consumo de drogas, alcohol... El lema que defiende es: ¡Di no al ciberbullying, aceptémonos todos por igual, porque todos somos iguales!

A nivel técnico la narrativa es muy interesante ya que emplea, de manera sutil, la retrospectiva a través de primeros planos para acercarnos a las emociones que sufren los personajes. Es original, cuida la imagen, secuencia lógica y hay música fondo. La composición empleada se considera adecuada y los silencios se utilizan adecuadamente como elemento expresivo. El guión es claro y está bien estructurado. Se mantiene en todo momento el *raccord* (continuidad) en todos los niveles: gestos, espacio, vestuario, iluminación... Es atractivo e interesante indicando que la música es libre de derechos.

2. Pedagogía Intercultural (Universidad de Valencia).

Figura 5 - Segundo vídeo ganador: Pedagogía Intercultural.



Fuente: <https://goo.gl/YZuBAm>

El video muestra una conversación entre niños, concretamente es el cumpleaños de uno de ellos y les invita a tomar bocadillos de jamón que ha preparado su madre en el parque a través del grupo chat. Uno de ellos, indica que no come cerdo y los demás se burlan a través del grupo y el anfitrión le expulsa del grupo. Al final el niño pide disculpas y le invita a un bocadillo de tortilla. Posteriormente, hay una segunda parte

con imágenes, música de fondo y voz con mensaje de reflexión que invita a no compartir vídeos ofensivos, y finaliza con casos concretos que han aparecido en diversos medios de comunicación en los que los niños o jóvenes se han suicidado por temas relacionados con el acoso.

A nivel técnico se observa en la primera parte que es interesante porque narra las conversaciones entre los niños vinculados al ciberbullying y la segunda parte, invita al espectador a reflexionar. Los planos que aparecen son generales y la composición adecuada. El guión es claro y está bien estructurado mostrando que la música es libre de derechos.

3. ¡Ponle Fin! (Universidad Francisco de Vitoria-Madrid).

Figura 6 -Tercer vídeo ganador: ¡Ponle Fin!



Fuente: <https://goo.gl/Wkpt5h>

El inicio del educlip surge con una imagen en negro y voz en off para llamar la atención. Alba, es una chica que quiere ser bombero, a través de chats en las redes sociales empiezan a ridiculizarle, no considerándole con cualidades suficientes para conseguirlo. Acabada la historia sale un primer plano de una alumna en este caso invitando a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y que las TIC no se usen inadecuadamente para estos fines.

A nivel técnico es interesante la parte de la narrativa en cuanto al mensaje y contenido, invitando al espectador a evitar hacer un mal uso de las TIC y favoreciendo la igualdad entre hombres y mujeres. La primera parte se centra en imágenes extraídas de conversaciones en los chats y la segunda parte, de un primer plano con mensajes concretos para atraer la atención del espectador y hacerle partícipe del mensaje. La composición es considerada adecuada, el guión es claro y está bien estructurado, y la música se indica como libre de derechos.

Conclusiones

Tanto la primera como la segunda edición del Certamen Educlips, se cerraron con un altísimo índice de participación y éxito. Según los datos, han participado más de 30 Universidades 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 posteriormente el EDU2015-64015-C3-1-R así como el Proyecto de Excelencia SEJ-5823-2010 y la Red de Educación Mediática, EDU2016-81772-REDT.

Fue fundamental el papel del jurado tanto popular, con sus votos según las preferencias particulares, como del jurado profesional, quienes han aplicado su amplio criterio para contribuir a la decisión final. Además de estos, destaca la labor de difusión hecha por los profesores universitarios que en calidad de embajadores, han publicitado entre el alumnado el concurso a lo largo de ambas ediciones.

Además de ellos el Staff Directivo y el Equipo de Dirección, una vez analizados todos los votos, han decidido seleccionar como ganadores de ambas fases a los vídeos descritos en el apartado de resultados: los primeros premios han recaído sobre Educa-Acción (Universidad de Jaén, 2014) y Lucha Interior. Ciberbullying (Universidad de Huelva, 2017), los segundos premios fueron otorgados a No Te Quedes Parado (Universidad de Huelva) y Pedagogía Intercultural (Universidad de

Valencia, 2017) y los terceros premios fueron recogidos por Queso Gruyere (Universidad Jaime I) y ¡Ponle Fin! (Universidad Francisco de Vitoria-Madrid, 2017).

Además de los vídeos ganadores, que se encuentran disponibles en la página web del concurso, se ha creado un repositorio. Un espacio en el que todos los vídeos que pasaron la fase de selección del concurso están disponibles en la web para ser consultados y utilizados con fines educativos en el desarrollo de la competencia mediática.

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 entrevistados por María y Salvador, periodistas de reconocido prestigio en el ámbito televisivo español y con una amplia trayectoria dentro de la propia cadena y del programa.

En este sentido, el concurso Educlips, se ha convertido es un proyecto no solo de transferencia 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.

En nuestros días, los nuevos ciudadanos mediáticos requieren de una preparación específica que les permita ser críticos y activos ante los medios, que a su vez, puedan no solo consumir y difundir contenidos audiovisuales sino también ser críticos ante lo que consumen y crean, y ser también productores de contenidos responsables y éticos para con la ciudadanía.

Algunos autores como Pérez-Rodríguez, Delgado-Ponce, García-Ruiz y Caldeiro (2015) indican que los medios audiovisuales, a través de la digitalización y la electrónica están ampliando sus formatos y a su vez, construyendo un nuevo modelo mediático y cultural en el que se favorece el desarrollo comunicativo e informacional. Asimismo, Bringué y Sábada (2010) indican que se hace necesario reflexionar sobre la influencia que están generando los medios de comunicación

sobre los ciudadanos y, en especial, sobre los alumnos universitarios, futuros profesionales de nuestra sociedad, y jóvenes que han crecido rodeados de tecnología. En este sentido, este ha sido uno de los focos de atención de este proyecto, favoreciendo la participación activa de los estudiantes universitarios para crear y difundir contenido así como para valorar aquellos educlips creados, y a su vez, a los educadores y profesionales del ámbito para que tanto desde sus perfiles de embajadores, jurado y dirección fuesen todos protagonistas de la creación de la web y repositorio audiovisual creados con una finalidad educativa. De esta manera, se está ofreciendo la oportunidad de mejorar la propia formación estudiantil y docente, más allá de acceder a contenidos audiovisuales o consumirlos, se está abordando la manera de crearlos, de trabajar en equipo, de diseñar, de motivarse y de ser, por tanto, protagonistas del propio empoderamiento hacia y para los medios de comunicación (PÉREZ-TORNERO, 2004).

Notas

[1] Disponible em: <<http://educlips.es/index.php>>. Acesso em: 24 abr. 2018

[2] Disponible em: <<http://educlips.es/subeycompartetuvideo.php>>. Acesso em: 24 abr. 2018

Referências

BERNABÉU, N. La educación mediática en el currículo de la LOE: aportaciones de este ámbito de conocimiento a la educación por competencias básicas. En PÉREZ-TORNERO, J.M. *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2010.

BRINGUÉ, X. & SÁDABA, Ch. *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas*. Madrid: Rialp, 2012.

BRINGUÉ, X. & SÁDABA, Ch. *Menores y redes sociales*. Foro generaciones interactivas, Madrid, 2011.

- CALDEIRO, M. C., &AGUADED, J. I. Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Ridu*, v. 9, n. 1, p. 45-64, 2015a. Recuperado de <http://goo.gl/Kf8yVw>. Acceso en: 13 jul. 2017
- CALDEIRO-PEDREIRA, M. C. &AGUADED-GÓMEZ, I. 'Estoy aprendiendo, no me molestes' la competencia mediática como forma de expresión crítica de nativos e inmigrantes digitales. *Redes.com*, v. 12, 2015b. Recuperado de <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/397> Acceso en: 13 jul. 2017
- CALDEIRO-PEDREIRA, M. C.; MARAVER-LÓPEZ, P., & MARÍN-GUTIÉRREZ, I. Competencia mediática en la etapa infantil en España. *MAGIS. Revista Internacional de Investigación en Educación*, v. 10, n.20, p. 35-48, 2017. Recuperado de <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m10-20.cmei> Acceso en: 13 jul. 2017
- Comisión Europea. *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe. Final Report*. European Commission, 2011. Recuperado de <https://goo.gl/4WJXRS> Acceso en: 13 jul. 2017
- CONTRERAS, P.; MARFIL, R., & ORTEGA, J. M. La competencia mediática de las personas mayores andaluzas: retos para una inclusión social plena. *Historia y comunicación social*, v. 19, n.1, p. 129-142, 2014.
- DOUE. *Recomendaciones sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente*, 2009. Recuperado de <https://goo.gl/JbzR6e> Acceso en: 13 jul. 2017
- FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, E., & GUTIÉRREZ-PEQUEÑO, J. M. La socialización de los jóvenes interconectados: experimentando la identidad en la sociedad aumentada. *Revista de curriculum y formación del profesorado*, v. 21, n.2, p. 171-190, 2017.
- FERRÉS, J. La competència en comunicació audiovisual: proposta articulada de dimensions i indicadors. *Quaderns del CAC*, v. 25; p. 9-18, 2006. Recuperado de <https://goo.gl/eYPg1e> Acceso en: 13 jul. 2017
- FERRÉS, J., et al. *Competencia mediática investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Madrid: Ministerio de Educación Cultura y Deporte, 2011.
- FERRÉS, J., & PISCITELLI, A. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, v. 19, n. 38, p. 75-82, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08> Acceso en: 13 jul. 2017
- FREIRE, P. *Pedagogía del oprimido*, 1968. Recuperado de <https://goo.gl/aQrZnh> Acceso en: 13 jul. 2017
- HEPP, M.A.; PRATS FERNÁNDEZ, M. A., & HOLGADO GARCÍA, J. . Formación de educadores: la tecnología al servicio del desarrollo de un perfil profesional innovador y reflexivo. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, v. 12, n. 2, p. 30-43, 2015.

- HERNÁNDEZ-SERRANO, M.; RENÉS-ARELLANO, P.; GRAHAM, G., & GREENHILL, A. From Prosumer to Prodesigner: Participatory News Consumption. *Comunicar*, v. 50, p. 77-88, 2017. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-07> Acceso en: 13 jul. 2017
- PÉREZ-RODRÍGUEZ, M. A.; DELGADO-PONCE, A.; GARCÍA-RUIZ, R., & CALDEIRO, M. C. *Niños y jóvenes ante las redes y pantallas*. Barcelona: Gedisa, 2015.
- PÉREZ-TORNERO, J. M. *Promoting digital literacy*. Understanding digital literacy. UAB-Comisión Europea, Barcelona, 2004.
- RAMÍREZ-GARCÍA, A.; RENÉS-ARELLANO, P.; & GARCÍA-RUIZ, M. Presencia de la competencia mediática en los objetivos curriculares de la etapa de educación primaria. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, v.26, n. 1, p. 137-159, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.14201/teoredu2014261137159> Acceso en: 13 jul. 2017
- SÁNCHEZ-CARRERO, J., & CONTRERAS-PULIDO, P. De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *ICONO14*. v.10, n. 3, p. 62-84, 2012. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210> Acceso en: 13 jul. 2017
- SÁNCHEZ-CARRERO, J., & SANDOVAL-ROMERO, Y. Claves para reconocer los niveles de lectura crítica audiovisual en el niño. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, v. 19.n. 38, p. 113-120, 2012.
- UNESCO. *Alfabetización mediática e institucional. Currículum para profesores* Elaborated by WILSON, C., GRIZZLE, A., TUAZON, R., AKYEMPONG, K. & CHEUNG, C.-K.. Paris: UNESCO, 2011. <https://goo.gl/SkSK3v> Acceso en: 13 jul. 2017

Agradecimientos

Este trabajo se ha elaborado en el marco de 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 educacionales 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.