



Presentación Monográfico

LA COMPETENCIA MEDIÁTICA, UNA NECESIDAD APREMIANTE

En la sociedad contemporánea, el consumo de mensajes mediáticos no es suficiente para ser conscientes de la capacidad de porosidad y penetración de esos contenidos audiovisuales en nuestra vida. Convertir la imagen en oportunidad para la reflexión crítica comporta saber identificar los motivos de su magia, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y ficciones... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en las múltiples y omnipresentes pantallas y la realidad del mundo fuera de ella, la realidad «no encuadrada». Para ello es necesario conocer en contextos reales el grado de competencia audiovisual de la ciudadanía y sus posibilidades sociales para una óptima formación.

Preocupan de manera especial las nuevas generaciones: los niños y adolescentes. Tal como afirmaba Prensy en 2001, cuando acuñó su popular término de «nativos digitales» y ratifica en su informe «How Teens Use Media. A Nielsen Report on the Myths and Realities of teen media trends» (2009), «los jóvenes manejan los medios digitales en ausencia o con un bajo conocimiento del poder audiovisual». Indudablemente, los niños y adolescentes están transitando el camino digital pero no por ello, con pleno conocimiento del medio.

Son escasos los trabajos que analizan hasta qué grado conocemos y comprendemos todos los elementos que se derivan de un medio audiovisual, especialmente en poblaciones más vulnerables como la infancia y adolescencia. La competencia audiovisual, en general, es un ámbito de estudio aun poco explorado. Junto a la vertiginosa dinámica de cambios a la que estamos sometidos, las herramientas de comunicación de que disponen niños y adolescentes son hoy más complejas y cuentan con nuevos soportes que se actualizan a una enorme velocidad. Por ello, para crear programas educativos que beneficien la comprensión lectora y de realización de los medios audiovisuales es indispensable, en primer lugar, conocer su grado de competencia actual, diagnosticando científicamente el estado real de la cuestión.

Desde 2010, el Ministerio de Economía y Competitividad desarrolla un Proyecto I+D+i Coordinado (www.competenciamediatica.es) para perfilar una conceptualización integral del término de «competencia audiovisual» en el entorno digital, y proyectarlo en diferentes ámbitos de intervención: el sistema educativo, los medios de comunicación, las universidades... Sin duda, es un hecho constatado que raramente se evalúan las competencias en comunicación audiovisual porque éstas escasamente se enseñan de forma planificada, pero, a su vez, probablemente no se enseñan porque, al no evaluarse, no hay conciencia de las deficiencias que existen en este ámbito.

Este amplio estudio, en el que participan más de 20 Universidades españolas, coordinado por Joan Ferrés (Universitat Pompeu Fabra), Agustín García-Matilla (Universidad de Valladolid) e Ignacio Aguaded (Universidad de Huelva) se justifica en la medida en que no puede haber unos sistemas de evaluación eficaces sin una definición precisa de los conocimientos, las habilidades y las actitudes que es preciso haber conseguido para poder considerarse competente en un ámbito audiovisual. Por ello, por primera vez en España se acomete la labor de detectar, de una forma sistemática y rigurosa, las carencias y necesidades de una importante muestra de la población, así como planificar estrategias globales y programas formativos para la Administración, los medios de comunicación, y los diferentes sectores implicados: alumnos, profesores, padres y sociedad en general.

En este monográfico de «Communication Papers», dedicado justamente a este tema, analizamos la competencia mediática desde cuatro perspectivas complementarias para dar una visión actual del estado de la cuestión.

Por lado, las «Herramientas de evaluación del nivel de competencia mediática en la enseñanza obligatoria en España», de Paloma Contreras, Antonio Palanco y J. Ignacio Aguaded de la Universidad de Huelva, en el que plantean medir el nivel de competencia mediática de la ciudadanía a través de este citado proyecto nacional de I+D que, entre otros colectivos, pretende evaluar la competencia mediática en la enseñanza obligatoria en España, tanto en alumnos como en profesores, partiendo de seis dimensiones de la ciudadanía. En el estudio se presenta la plataforma telemática desarrollada y se indican los instrumentos on-line diseñados ad hoc para Educación Infantil, Primaria, Secundaria, Bachillerato y uno específico para Profesorado.

El segundo trabajo que se presenta «Metodologías para el estudio de la competencia mediática en profesionales de la comunicación», de Alejandro Buitrago Alonso y Agustín García Matilla, de la Universidad de Valladolid (Campus de Segovia) se contextualiza en el contexto hipermedia que nos rodea para justificar la necesidad de evaluar la competencia mediática en los profesionales de la comunicación. El trabajo describe el diseño de una muestra de profesionales de la comunicación con tres perfiles (información, ficción y publicidad) y los canales clásicos y convergentes (prensa, radio, TV, hipermedia) para medir la percepción del nivel de competencia mediática presente hoy en día en estos profesionales. Se concluye con el guion de entrevista en profundidad elaborado como instrumento.

El tercer artículo «La enseñanza universitaria Española en materia de educación mediática», de Maria-Jose Masanet y Joan Ferrés, de Universitat Pompeu Fabra (Barcelona), parte de la premisa de que numerosos estudios ratifican ya la escasa competencia mediática por parte de la ciudadanía y la necesidad encontrar soluciones a esta situación. En este contexto, se considera imprescindible incidir en los profesionales de la comunicación, la educación y la universidad. El artículo se centra en analizar los planes de estudio del ámbito universitario para detectar necesidades y carencias que provoquen déficit en la competencia mediática de la ciudadanía. Se describe el cuestionario empleado con los responsables de todas las titulaciones universitarias de Comunicación y Educación de España. Los resultados parciales indican que hay una notable carencia de oferta docente de asignaturas directamente relacionadas con la educación mediática.

Finalmente, el cuarto y último trabajo que presentamos «Cine sin autor como pedagogía crítica audiovisual. Bases teóricas, antecedentes y postura crítica», de Ana Sedeño, de la Universidad de Málaga, aspira al surgimiento de un nuevo tipo de espectador. El texto señala a autores como Deleuze, Giroux, Rancière o Huberman, desde facetas filosóficas y estéticas, y los de la praxis de autores como Roberto Rossellini o Peter Watkins como antecedentes que han precedido el pensamiento y la acción sobre las capacidades críticas del cine y la imagen fílmica. Posteriormente, describe el posicionamiento del colectivo Cine sin autor (CsA) que en un marco de empoderamiento ciudadano, y desde el activismo, emplea el cine con finalidad pedagógica.

J. Ignacio Aguaded-Gómez

*Director del Grupo Comunicar y Catedrático de Universidad.
Investigador Principal del Grupo de Investigación Ágora de la Universidad de Huelva
Facultad de Educación de la Universidad de Huelva.
Avda. 3 de Marzo, s/n. 21071. Huelva
aguaded@uhu.es*