

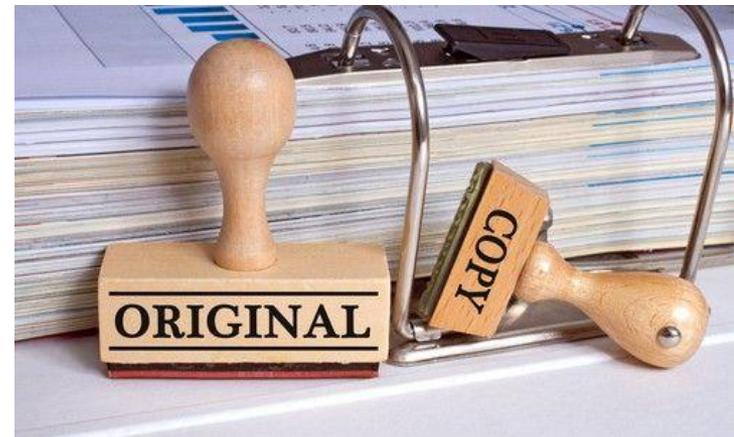
Integrando competencias AMI-ALFIN

desde a Biblioteca Escolar

Santiago de Compostela. 17 de marzo de 2017
Rosa Piquín.

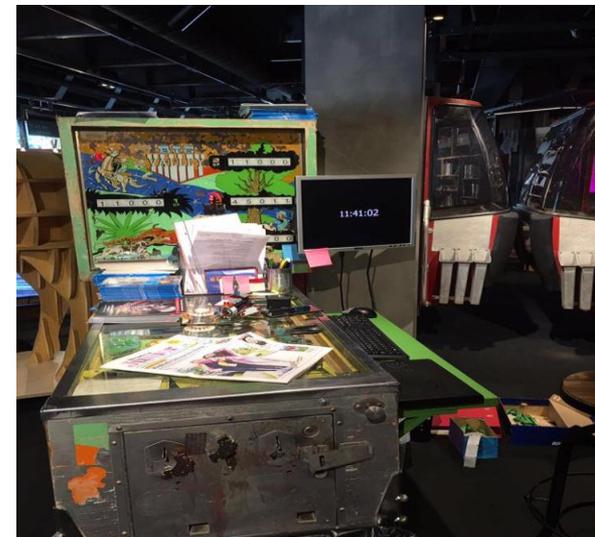
“El problema fundamental de la sociedad del conocimiento es que, asombrosamente, nos hace a todos un poco más tontos, el contraste de lo que sabemos con lo que se puede y, sobre todo, con lo que se debe saber es tan fuerte que más valdría denominarla la sociedad del desconocimiento.”

Innerarity, D. (2011) *La democracia del conocimiento*



En un mundo en el que el ciudadano medio urbano consume cerca de 800 imágenes diarias, es hora de que nos paremos a pensar qué es lo que está pasando. Es hora de que nos preguntemos quiénes hacen las imágenes y para qué las hacen, por qué todas ellas emiten mensajes que adquirimos de forma inconsciente de tal manera que no tenemos las riendas sobre lo que pensamos, sino que las tienen otros.

- *María Acaso (2006) Esto no son las Torres Gemelas. Como aprender a leer la televisión y otras imágenes.*

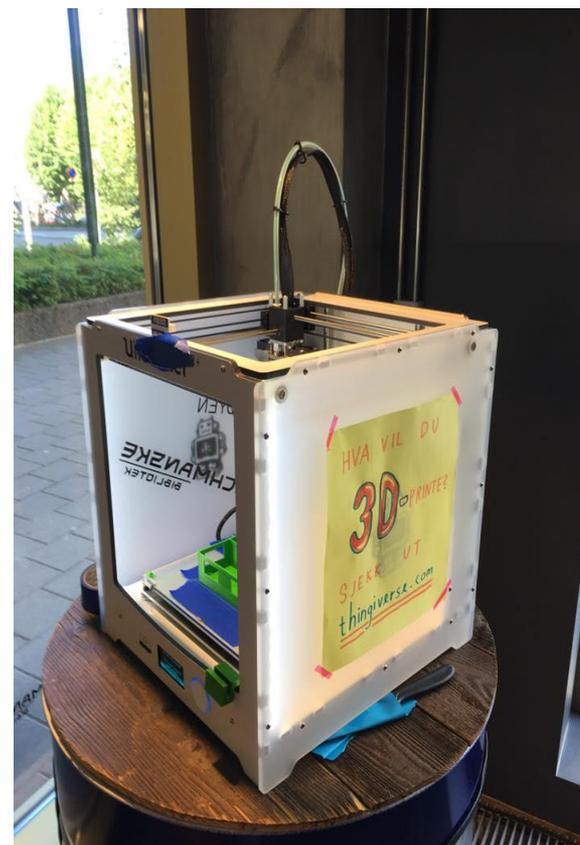


Edad Digital

A muchos nos parece que la Edad Digital arranca con el móvil inteligente, el teléfono “traído del futuro al presente”, tal y cómo lo expresó el propio Steve Jobs el 9 de enero de 2007...

3.000 millones de personas (40% de la población mundial) disponen hoy de un móvil con conexión a Internet.

Luis María Ansón. El Cultural, 27/01/2017



Biblioteca Escolar

El papel de la biblioteca escolar a la hora de intervenir para que el alumnado adquiriera habilidades y destrezas que contribuyan a su **competencia informacional y mediática es fundamental.**

Ministerio de Educación y Cultura, 2016



Multialfabetización

Desde los inicios de la escolaridad, los niños y las niñas pueden acceder a recursos de información en la biblioteca de su centro, pero también a múltiples oportunidades de aprendizaje en las que ir incorporando esas habilidades y destrezas en el uso, tratamiento y producción de información, sea en formato impreso o electrónico.

Ministerio de Educación y Cultura, 2016

Baltimore Library Project



Cambios

Integrar las competencias ALFIN/AMI en el sistema educativo **implica cambios** que afectan, al menos, a la cultura institucional, al currículo, a sus condiciones de desarrollo, a las metodologías, a las estructuras de funcionamiento y a las competencias profesionales.

Ministerio de Educación y Cultura, 2016



Revisión de prácticas educativas.

Dar forma a modificaciones en estos ámbitos supone no solo optimizar fórmulas que puedan estar funcionando, sino **aceptar que el cambio supone una revisión a fondo de prácticas asentadas**, así como salvar barreras o resistencias que impiden afrontarlo.

Ministerio de Educación y Cultura, 2016

Calpman Library. *London*



Formación alumnado

Un gran reto del sistema educativo, y de las bibliotecas escolares como instrumento esencial para conseguirlo, es el de formar al alumnado en las llamadas competencias informacionales y mediáticas, con el fin de que puedan mantenerse “a flote” en un mundo donde los datos y las informaciones pueden llegar a “infoxicar” si no se abordan con suficientes recursos para identificar, valorar, gestionar esa información, así como para elaborar productos propios originales y suficientemente documentados.

Novoa, C. Actas Congreso CIBE2015

BE, entorno de aprendizaje

- La biblioteca adquiere un rol esencial en el mundo digital y en un contexto de aprendizajes basados en competencias.
- Es un entorno privilegiado para la competencia en información y la mediática, por cuanto es un centro de información y documentación en sí mismo, y actúa de nodo de otros sistemas.
- También para la competencia digital, por cuanto ofrece recursos digitales seleccionados, y acceso a la información digital.
- Sin olvidar las llamadas competencias del siglo XXI: pensamiento crítico, creatividad, comunicación y colaboración (las 4 C)

Aportaciones de la biblioteca al aprendizaje

- Saber utilizar la biblioteca y los recursos que ofrece es una habilidad imprescindible para **aprender a aprender y para formarse a lo largo de toda la vida.**
- La biblioteca facilita a todos el acceso a la lectura y a la información, actuando como un **mecanismo compensador de las desigualdades.**
- La biblioteca **promueve metodologías que permiten adquirir** habilidades y destrezas en el uso de la información como los **trabajos por proyectos.**

- Trabajar en la biblioteca, utilizar sus recursos y servicios facilita la **adquisición de las competencias en el tratamiento de la información** , que solo pueden basarse en la práctica aplicada a un contexto real.
- La biblioteca impulsa **programaciones transversales, que involucren** a las distintas áreas, para el aprendizaje de técnicas de acceso, valoración, uso y producción de información, en cualquier soporte.

Acciones principales de la biblioteca escolar

1

**Garantizar
Procesos técnicos
Automatización
Plataformas**

2

**Proporcionar servicios
y recursos de aprendizaje
y culturales al alumnado
y al profesorado**

3

**Posibilitar la implementación de
programas vinculados a las
competencias informacional y digital
Alfabetizaciones múltiples**

4

**Generar ambientes
y actuaciones que
propicien
la afición lectora**

5

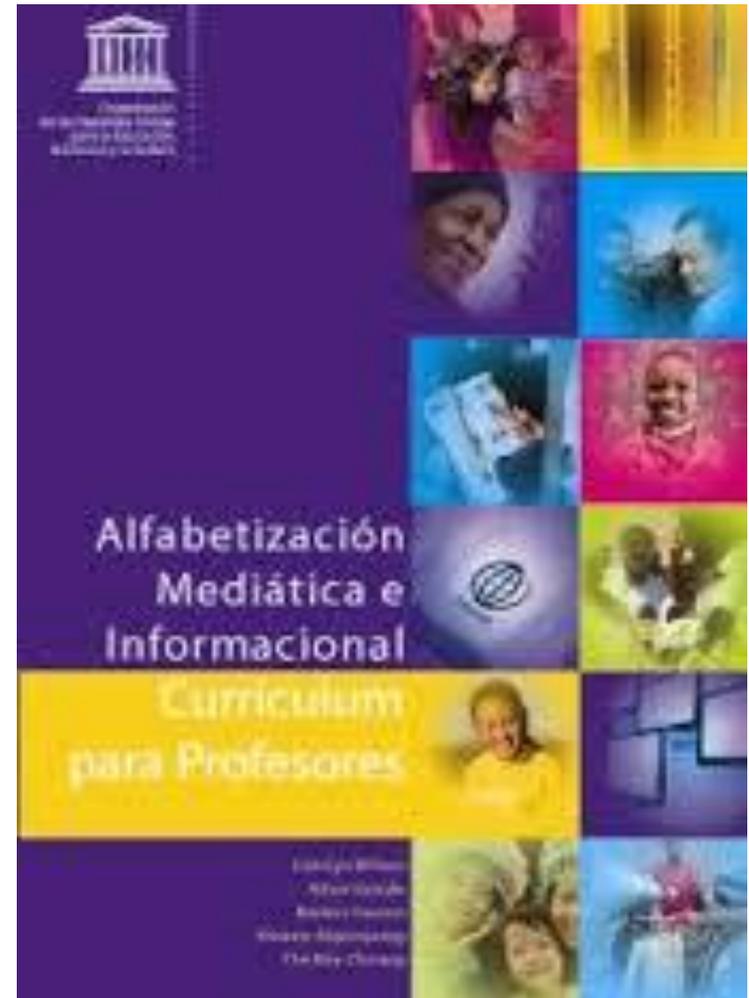
**Apoyar
programas
y proyectos
del centro**

6

**Generar espacios de
encuentro y compensación
para la comunidad educativa**

AMI

1. Conocimiento y comprensión de los medios de comunicación e información para la participación democrática y social



Alfabetización Mediática e Informativa. Currículo para profesores
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>

2. Evaluación de textos de los medios y fuentes de información (centrado en quien lo creó, para quienes se creó, cuál es el mensaje)

Agencia de publicidad

Diariamente **cada persona el mundo occidental recibe unos 3000 impactos publicitarios** desde que sale de su cama hasta que vuelve a ella para descansar. Lejos de lo que pueda parecer, las campañas publicitarias que generan estos impactos están perfectamente medidas y estudiadas. De ello se encargan las agencias de publicidad.



Una agencia de publicidad es una organización comercial formada por creativos y especialistas que diseña, testea y lanza contenidos publicitarios sobre un producto o servicio encargado por el anunciante o empresa proveedora de los mismos. Las agencias de publicidad están especializadas en comunicación comercial y ofrecen a sus clientes, por normal general, esta cartera de servicios:

- Asesoramiento de comunicación y marketing.
- Planificación de medios
- Creación, producción y control de campañas de publicidad.

Toda campaña de publicidad sigue una serie de fases que empiezan con el contacto del anunciante a la agencia y termina con el análisis final de la comunicación realizada. Estas fases son:

1. Briefing - Contrabriefing

3. La producción y uso de los medios de comunicación y la información.



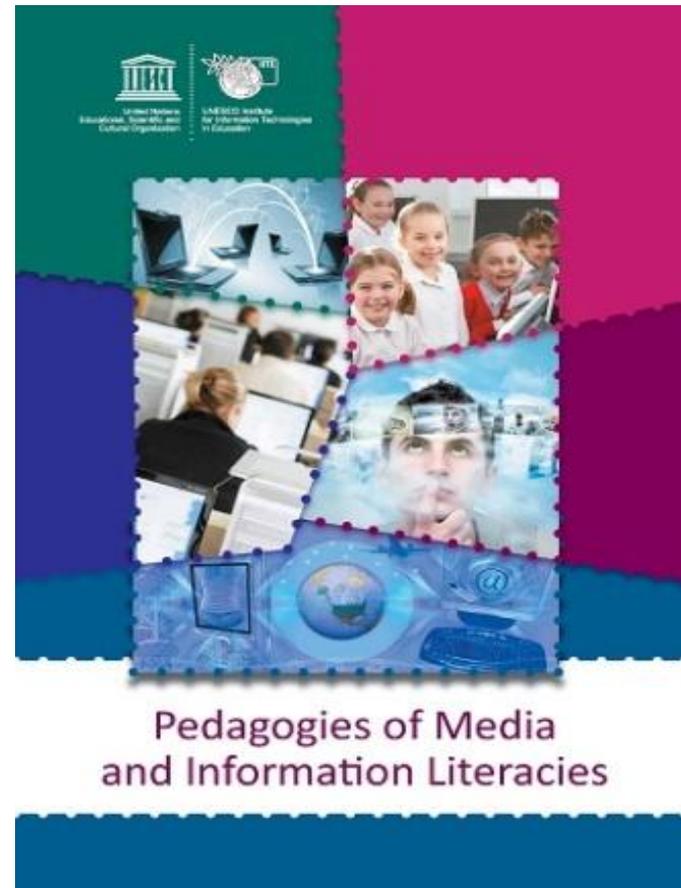
<https://www.youtube.com/watch?v=mbNLbunEQml>

Vivimos en un mundo donde la calidad de información que recibimos determina en gran medida nuestras posibilidades y acciones, incluyendo nuestra capacidad de disfrutar de las libertades fundamentales y la habilidad para ejercer la libre determinación y el desarrollo. «Alfabetización Mediática e Informativa Curriculum para Profesores» es una publicación pionera que constituye un recurso importante para los Estados Miembros de la UNESCO. Primero, es una mirada perspectiva que se basa en las actuales tendencias de convergencia de la radio, televisión, Internet, periódicos, libros, archivos digitales y bibliotecas en una misma plataforma. Segundo, está diseñada específicamente para ser integrada al sistema de educación formal de profesores. La UNESCO, en última instancia, considera que este plan de estudios contribuirá a la innovación y mejora en todos los niveles de educación.

Jānis Kārklīņš, Subdirector-General para la Comunicación e Información, UNESCO

AMI: curriculum para profesores

- Incorpora la ALFIN y la Alfabetización mediática.





Imágenes y lenguaje audiovisual

- Desde la segunda mitad del siglo XX y hasta el momento, el lenguaje de la imagen y el lenguaje audiovisual han ido penetrando en la educación y la están cambiando de un modo sustancial, como ya han cambiado nuestra cultura cotidiana. Pérez Tornero, 2015



Amaraberri

Aprender a leer imágenes

- El siglo XX fue el de la revolución tecnológica de la imagen. La invención de la fotografía, el cine, la televisión, el registro magnético de la imagen, la digitalización, la animación, primero, y la animación por computador, después, así como la edición audiovisual no profesional... han creado todo un nuevo sistema de registro, conservación y manipulación de lo icónico.
- Hasta el punto de que puede ya hablarse propiamente del nacimiento de la escritura de la imagen.

Pérez Tornero, 2015

- Es necesario incorporar el lenguaje de la imagen y el audiovisual en la educación porque es el lenguaje del conocimiento del siglo XXI
- El lenguaje audiovisual será el nuevo lenguaje de la educación , y aportará a la alfabetización clásica una nueva perspectiva acorde con el desarrollo científico y cultural de nuestras sociedades.

Las competencias del siglo XXI

Alfabetización Informacional

Definir y articular necesidades de información	Localizar y evaluar información	Evaluar la información	Organizar información	Uso ético de la información	Comunicar Información	Uso del conocimiento de las TICs para procesar información
--	---------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------------	-----------------------	--

Alfabetización Mediática²

Entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas	Entender las condiciones bajo las cuales los medios pueden cumplir sus funciones	Evaluar de una manera crítica el contenido de los medios a la luz de las funciones de los medios	Comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática	Revisar destrezas (incluyendo TICs) necesarias para producir contenido generado por los usuarios
--	--	--	--	--

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

- Alfabetización mediática: enfatiza la habilidad para entender las funciones de los medios , evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la auto-expresión.

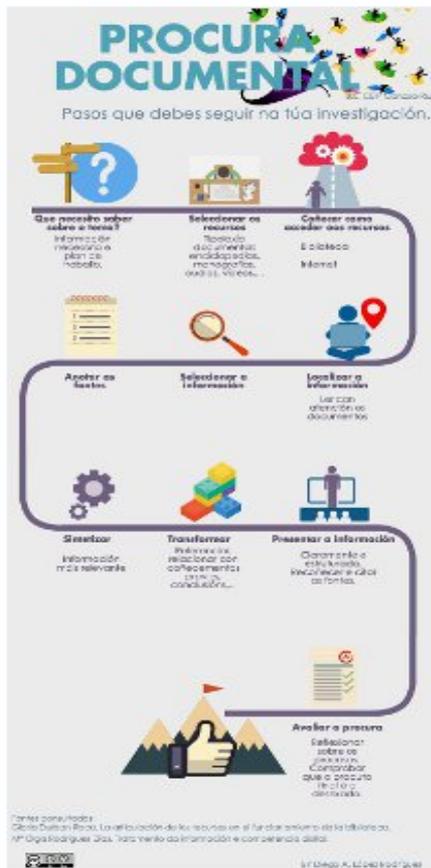


<http://www.grupocomunicar.com/>

ALFIN: enfatiza la importancia del acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información.

Recursos para Investigación e Tratamiento da información. ALFIN

 [ALFIN](#) [Educación documental](#)



Desde a biblioteca do **CEIP Canosa-Rus, de Coristanco (A Coruña)** chéganos esta infografía que describe moi ben o proceso dun traballo de busca documental e que constitúe un material de interese para o profesorado que está a traballar as competencias no uso, tratamento e produción de información co seu alumnado, ben sexa a través das **materias de libre configuración de primaria** ou de **1º/2º Curso de ESO**, ou en calquera outra materia na que se pretenda habituar ao alumndo á realización de pequenos traballos de investigación, con consulta de diversas fontes, contraste da información e elaboración de traballos propios.

Nesta páxina hai xa recollidos moitos materiais elaborados polo profesorado nos últimos anos que pode resultar útil á hora de abordar os contidos de alfabetización informacional e mediática (baixo a etiqueta ALFIN ou Educación Documental), pero imos recoller algúns tamén nesta entrada **[EN CONSTRUCCIÓN]**

1. MATERIAIS DE FORMACIÓN DE USUARIOS:

- **Como atopar un libro na biblioteca.** CEIP Sofía Casanova (Culleredo, A Coruña)
- **Formación de usuarios 2014/2015.** IES Monte das Moas (A Coruña)
- **Como buscar información nos libros.** CEIP Vales Villamarín (Betanzos, A Coruña)
- **Presentación da biblioteca para 1º BAC.** Ies Pedro Florianí (Redondela, Pontevedra)
- **Vídeo sobre a CDU.** IES A Xunqueira II (Pontevedra)
- **Manual de uso dun lector electrónico.** CEIP Condasa de Fenosa (O Barco, Ourense)

2. RECURSOS PARA O TRABALLO COA INFORMACIÓN

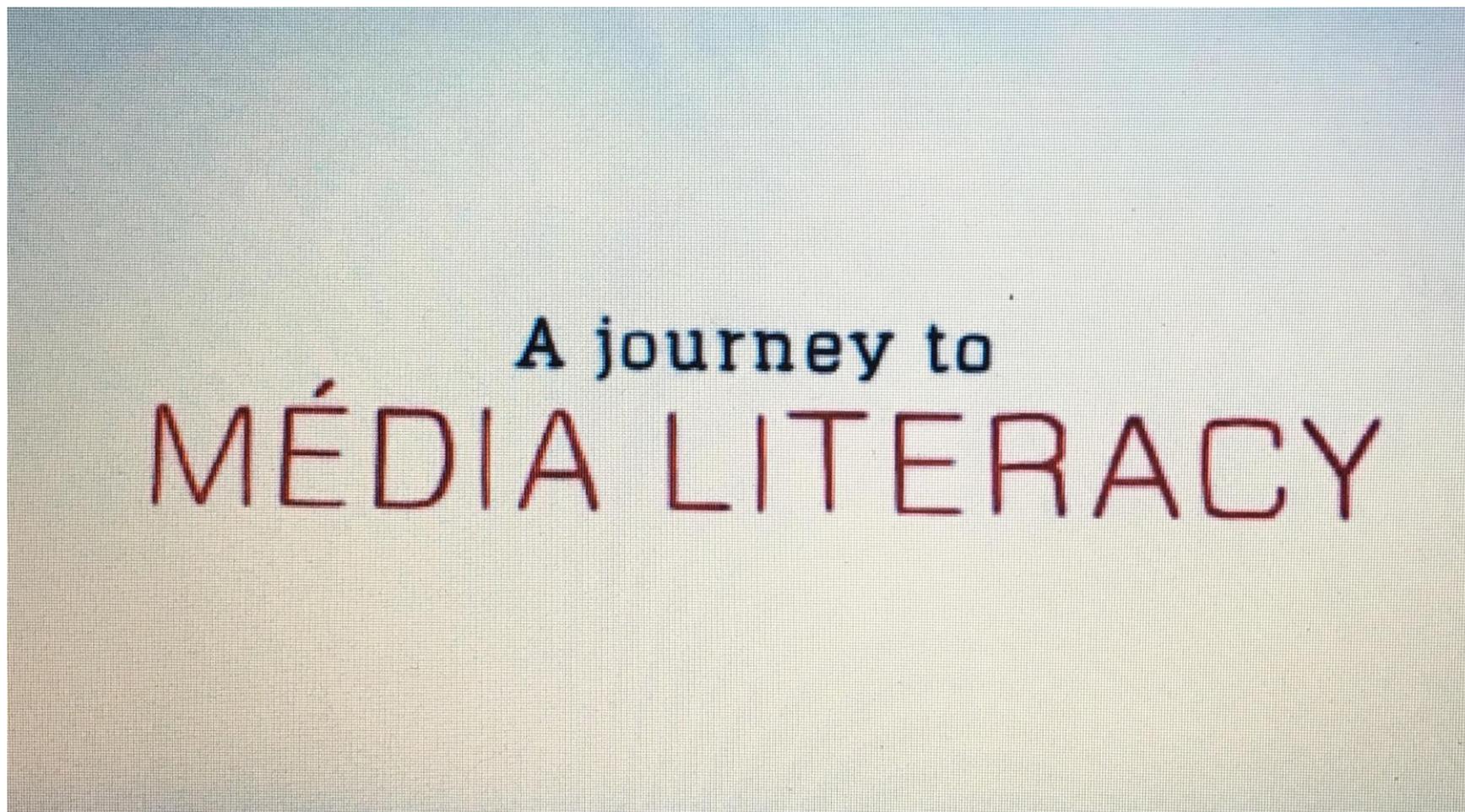
- **Tratamento da información e competencia dixital. Documentos para portfolio do alumnado.** Olga Rodríguez (CEIP Milladoiro. Malpica de Bergantiños, A Coruña)

<http://www.edu.xunta.es/biblioteca/blog/?q=category/2/2>

Alfabetización en medios

- Conocer los medios y sus características, sus funciones de información y de creación de opinión y sus técnicas
- Saber leer, comprender y valorar los mensajes, identificar la perspectiva del autor y los factores que la condicionan
- Utilizar videojuegos y software educativo y saber elegirlo
- Analizar y seleccionar los productos mediáticos que consume
- Usar herramientas digitales y redes sociales para generar y difundir ideas con rigor y eficacia, de manera segura, ética y responsable
- Utilizar la biblioteca escolar como entorno para conocer, usar los medios y explorar sus posibilidades de aprendizaje

AMI



<https://www.youtube.com/watch?v=2cBapvBcw60>

Hoy en nuestras ciudades, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela. La cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos en la escuela. Este desafío ha destruido el monopolio de libro como ayuda a la enseñanza y ha derribado los propios muros de las aulas de modo tan repentino que estamos confundidos, desconcertados.

Marshall McLuhan. El aula sin muros (1960)

LEYES AMI

LAS 5 LEYES DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL (MIL)



LEY 3

Las informaciones, conocimientos y mensajes, no siempre son neutrales o proceden de fuentes independientes y fiables. Cualquier conceptualización, uso o aplicación de los MIL debe hacerse de una manera fiable y comprensible para todos los ciudadanos.

LEY 2

Cada ciudadano es creador de contenido y trasmisor de mensajes. Todos deben ser alentados a comunicarse, transmitir sus mensajes y expresarse. Los Mil son un nexo con los derechos humanos, y están dirigidos tanto a hombres como a mujeres.

LEY 1

La información, la comunicación, las bibliotecas, los medios de comunicación, la tecnología, e internet, así como otras formas de transmitir y comunicarse son usadas como formas de comunicación para el compromiso de la sociedad civil y el desarrollo sostenible. Son iguales en importancia y ninguna debe resaltar más que otra.



LEY 4

Cada ciudadano quiere saber y comprender las nuevas informaciones, conocimientos y mensajes, así como poder comunicarse, incluso si no es consciente de ello o admite hacerlo. Sus derechos nunca deben verse comprometidos.

LEY 5

La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de golpe. Es un proceso vivo y una experiencia dinámica, mucho más completa aún cuando incluye conocimientos, habilidades, y aptitudes, así como el acceso, la cobertura, evaluación, asignación, uso, producción, y comunicación del contenido de los medios de comunicación.

Alton Grizzle y Jagtar Singh

Beneficios de AMI

1. El proceso de enseñanza - aprendizaje de actividades de AMI dota a los profesores de un conocimiento enriquecido para que puedan empoderar a los futuros ciudadanos.



2. La Alfabetización Mediática e Informativa imparte:

- un conocimiento crucial sobre **las funciones** de los canales de medios e información en las sociedades democráticas ,
- un entendimiento razonable sobre **las condiciones** necesarias para desempeñar estas funciones eficientemente y
- **las destrezas básicas necesarias para evaluar** el rendimiento de los proveedores de medios e información a la luz de las funciones esperadas.

3. Una sociedad que está alfabetizada en medios e información fortalece el desarrollo de medios y sistemas de información libres, independientes y plurales.



© OSCE/StephanWeixler

Requisitos de AMI

1. Se debe considerar a la alfabetización mediática e informacional como un todo que incluye una combinación de competencias (conocimiento, destrezas y actitudes).



© 2008 Edson E. Whitney,
CourtesyofPhotoshare

2. El Curriculum AMI debe permitir que los profesores enseñen a los estudiantes la Alfabetización Mediática e Informativa con el objetivo de proveerles de las herramientas esenciales para que ellos puedan involucrarse en los canales de los medios e información como ciudadanos autónomos.

DEMCO



3. Los ciudadanos deben tener el conocimiento sobre la localización y el consumo de la información así como sobre la producción de dicha información.



Características del currículo AMI

- La alfabetización mediática e informacional busca unir disciplinas que antes se encontraban separadas y distanciadas.



© 2006 Hugh Rigby/CCP,
CourtesyofPhotoshare

AMI se preocupa

- del conocimiento y la comprensión de las funciones de los medios, las bibliotecas, los archivos y otros proveedores de información,
- de cómo operan estos,
- de cómo presentan los mensajes y valores
- cómo se los puede utilizar y
- también cómo evaluar de una forma crítica la información que presentan.



Henderson Hopkins

¿ESTA NOTICIA ES FALSA?



ESTUDIE LA FUENTE

Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.



LEA MÁS ALLÁ

Un titular impactante puede captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?



¿QUIÉN ES EL AUTOR?

Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?



FUENTES ADICIONALES

Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.



COMPRUEBE LA FECHA

Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.



¿ES UNA BROMA?

Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.



CONSIDERE SU SESGO

Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.



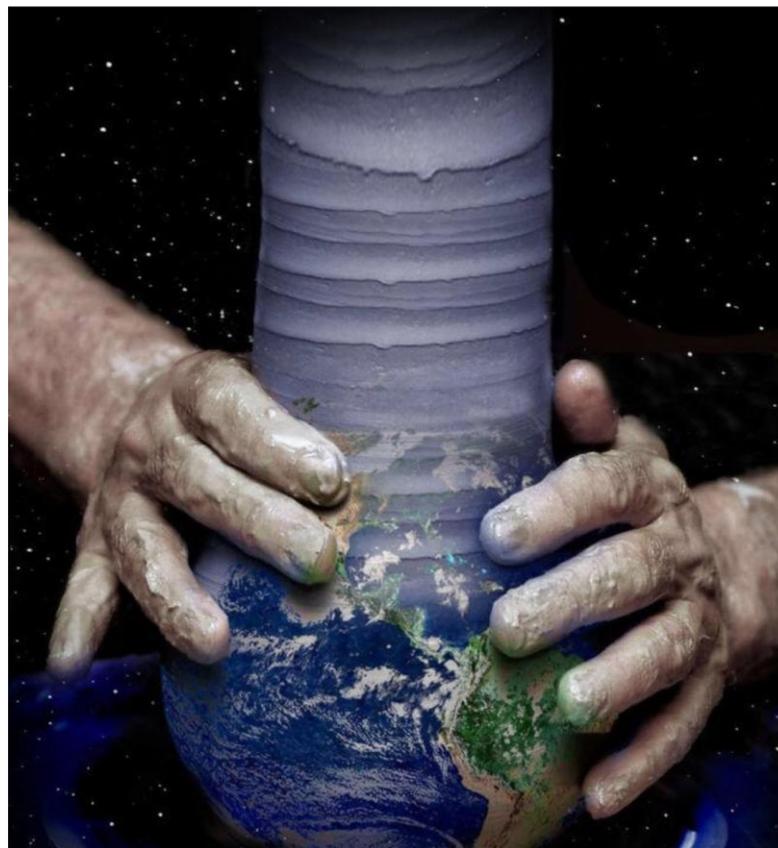
PREGUNTE AL EXPERTO

Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

Traducido por Diego Gracia

Noticias falsas

*Ciencia en el tiempo de
la posverdad*



Javier García Martínez.

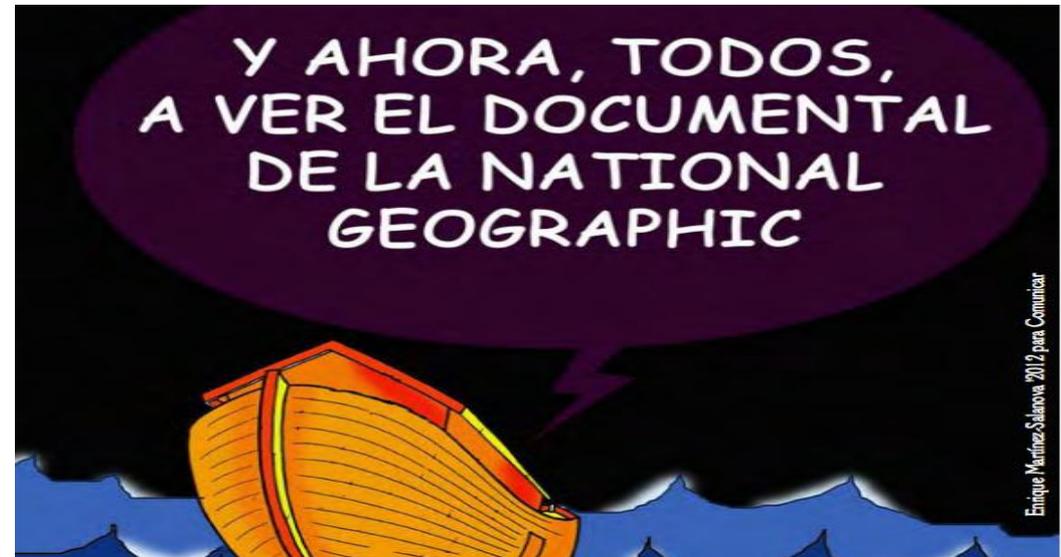
<http://www.elmundo.es/opinion/2017/03/10/58c19444e2704e32048b456e.html>

Curriculum AMI

MODULO 1. Ciudadanía, libertad de expresión e información , acceso a la información:

- Unidad 1 :
 - Múltiples papeles de los medios .
 - Conocer los roles de los proveedores de información
- Unidad 3 :
 - El lenguaje en los medios e información

- MÓDULO 2: Entendiendo las noticias , los medios y la ética de la información.
 - Unidad 3. Lo que genera noticias.
 - Unidad 4. El proceso de desarrollo de las noticias más allá de los 5 Por qué y 1 Cómo



MÓDULO 3. REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN

- Unidad 3. Televisión, películas y publicación de libros

• MÓDULO 4 . LENGUAJE EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN.

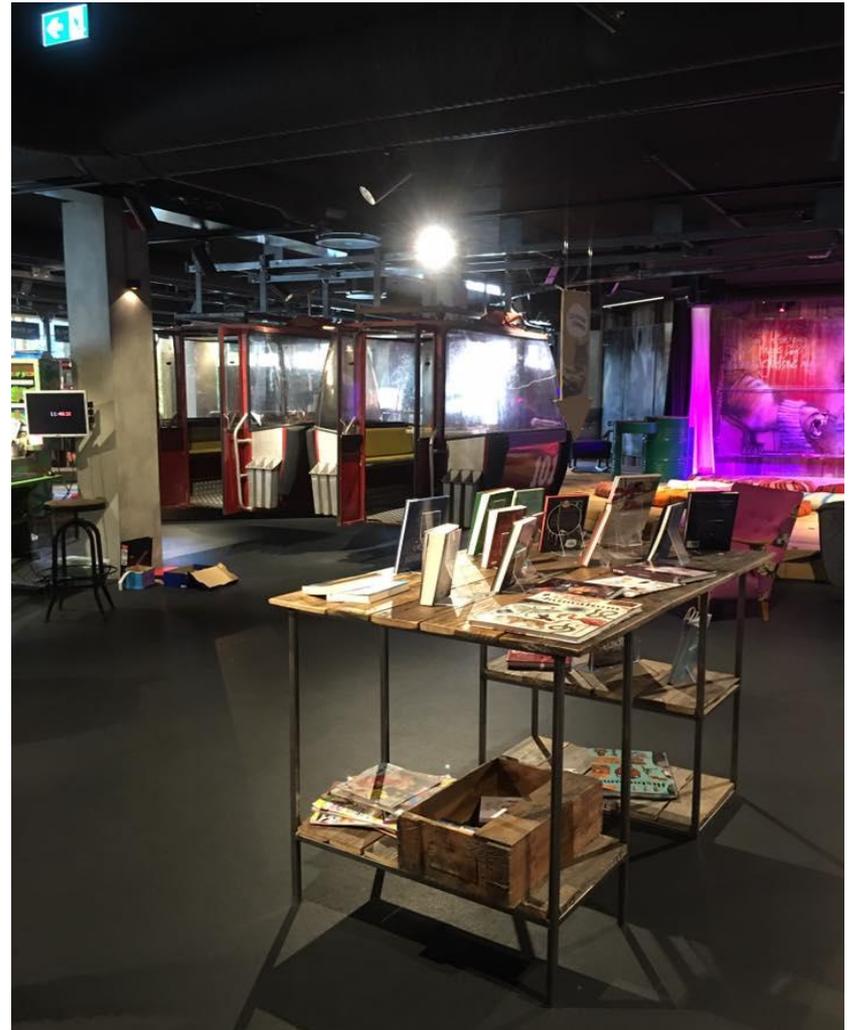
- Unidad 3. Géneros de películas y cuentos

- **MÓDULO 5. PUBLICIDAD**

- Unidad 3. Publicidad: el proceso creativo

- **MÓDULO 8.**

- Alfabetización informacional y destrezas bibliotecarias.



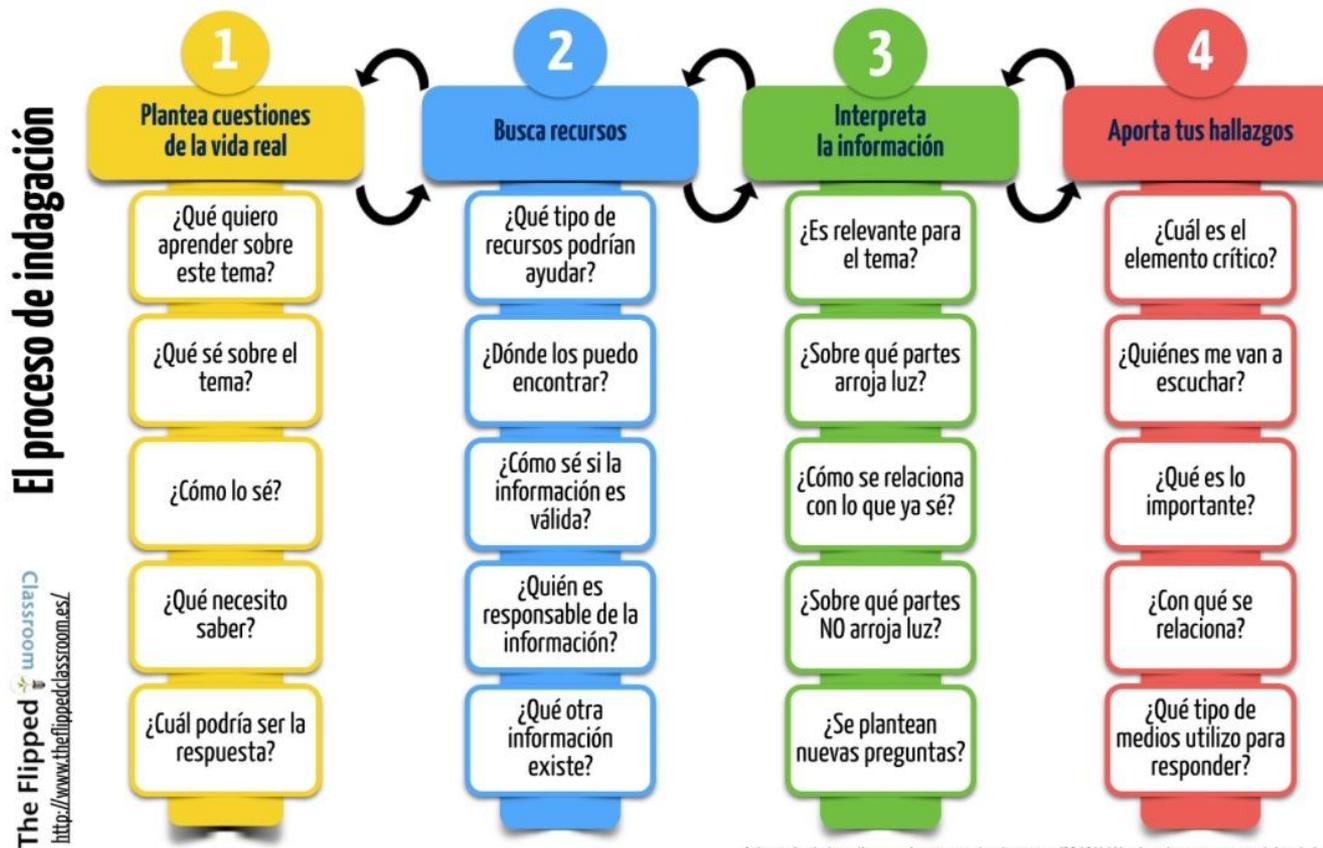
Conceptos y aplicación de la ALFIN

- Reconocer las etapas y elementos de ALFIN:
 - Identificar/reconocer las necesidades de información
 - Determinar las fuentes de información
 - Localizar y buscar la información
 - Analizar y evaluar la calidad de la información
 - Organizar, almacenar y archivar la información
 - Utilizar la información de manera ética, eficaz y eficiente
 - Crear y comunicar el nuevo conocimiento

Las siguientes destrezas son esenciales para la alfabetización mediática e informacional:

- Definición de la tarea
- Investigación de la información
- Localización y acceso
- Análisis de los mensajes y la información
- Evaluación del contenido en los mensajes y la información.
- Uso de la información
- Síntesis
- Evaluación

Proceso de indagación.



Adaptado de <http://www.educatorstechnology.com/2013/11/the-inquiry-process-explained-visually.html>.

- <https://sites.google.com/site/paranonnaufragarbuscando/>



<http://es.calameo.com/read/000022545392dbbf15156>

Tratamento da Información

e

Competencia Dixital

Documentos para portfolio do alumnado

M^a Olga Rodríguez Díaz

Ambiente de aprendizaje y alfabetización informacional.

ETAPAS	TEMAS/PREGUNTAS
ETAPA 1. Definición de las necesidades o problemas de información	<ul style="list-style-type: none">¿Qué es lo que quiero conocer?¿Qué problema estoy tratando de resolver?¿Entiendo la naturaleza del problema o el tema que estoy investigando?¿Puedo definir claramente mis necesidades de información o el problema?¿Qué conocimiento previo tengo sobre el tema?¿Cuánta información quiero sobre el tema?

ETAPAS	TEMAS/PREGUNTAS
ETAPA 2. Estrategias para buscar información	<p>¿Cuánto tiempo tengo para encontrar esta información?</p> <p>¿Dónde debo buscar la información? recursos primarios o fuentes secundarias, que son producidas por los proveedores de información o fuentes terciarias, que incluyen compilaciones, índices y otras fuentes organizadas.</p> <p>¿Dónde busco, en la biblioteca física, en Internet (incluyendo las bibliotecas digitales), museos, archivos, etc.?</p> <p>¿A quién puedo solicitar ayuda?</p>

ETAPAS	TEMAS/PREGUNTAS
ETAPA 3. Localización y acceso	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="981 218 1856 665">1) Consejos para buscar en Internet, incluyendo una búsqueda general y una búsqueda especializada en un campo en especial, entender los nombres de los dominios ,buscar en la red fotos y sonido (audio y video) y buscar en sitios académicos en la red (por ej.. Googlescholar)<li data-bbox="981 732 1837 946">2) Usar el índice y la lista de contenidos para buscar eficazmente en un libro, y buscar dentro de los archivos electrónicos en PDF, etc.<li data-bbox="981 1018 1818 1175">3) Utilizar las bibliotecas (buscar catálogos de bibliotecas, publicaciones periódicas, índices...)<li data-bbox="981 1246 1586 1289">4) investigar bases de datos

ETAPAS	TEMAS/PREGUNTAS
ETAPA 4. Evaluación crítica	Criterio de evaluación necesario para valorar/validar la confiabilidad, autenticidad o calidad de la información en los libros, sitios en red, otros recursos en línea, etc.
ETAPA 5. Síntesis	<p>¿Cómo puedo organizar la información relevante que proviene de múltiples fuentes de una manera eficaz?</p> <p>¿Cómo presento la información?</p> <p>¿Qué herramientas están disponibles?</p> <p>¿Qué herramientas necesito?</p>

ETAPAS	TEMAS / PREGUNTAS
ETAPA 6. Uso de la información, compartir y distribución	<p data-bbox="981 201 1837 304">Aplicar la información que he localizado para resolver mi problema.</p> <p data-bbox="981 372 1843 529">Fuentes de referencia/rastreo, uso de la bibliografía/herramientas de referencia disponibles</p> <p data-bbox="981 601 1866 872">Herramientas que están disponibles para compartir, distribuir y cooperar con otros que tienen necesidades de información similares o problemas (por Ej. Google Documents, Wikis, etc.)</p> <p data-bbox="981 943 1837 1046">Entendimiento de los derechos de autor y el plagio</p>

ALFIN digital

- Comprender y aplicar las leyes de propiedad intelectual incluyendo los bienes comunes creativos y las licencias de derecho de autor
- Buscar en Internet utilizando técnicas relevantes (motores de búsqueda, directorios de temas ...)
- Entender el papel de los proveedores de información (por Ej. bibliotecas, museos y archivos para preservar la información digital)

Lo que NO es AMI

- Atacar o criticar los medios NO es alfabetismo en medios, aunque con frecuencia este alfabetismo involucre criticar los medios.
- La simple producción de medios NO es alfabetismo en medios, aunque este alfabetismo debe incluir producción de medios.
- Enseñar con videos o CdRoms u otra forma de contenido mediático NO es alfabetismo en medios; se debe además enseñar *sobre* los medios.

- Mirar desde una sola perspectiva un mensaje o experiencia mediática NO es alfabetismo en medios, ya que los medios deben examinarse desde múltiples perspectivas.
- El alfabetismo en medios NO quiere decir “no mire”; quiere decir “mire cuidadosamente, piense críticamente”.

Renee Hobbs, Chris Worsnop, Neil Andersen, Jeff Share y Scott Sullivan

Ejemplos institucionales de AMI

- El caso de [France TV Éducation](#) es destacable no solo por su repositorio al servicio del currículum educativo, sino también como ejemplo de buena práctica para el fomento de la alfabetización mediática a través de los programas *Décod'actu* y *Comprendre le Monde*.

<http://education.francetv.fr/tag/les-cles-des-medias>

- Otra iniciativa reseñable es [MEDIASMARTS](#), Centro Canadiense de Alfabetización en Medios que presenta videos, juegos, talleres, innumerables recursos y el desarrollo de [Una Semana de Educación en Medios](#)

The screenshot shows a web browser window with the URL `habilomedias.ca/education-medias-101`. The browser's address bar includes a search field for `gmail.com` and various navigation icons. Below the address bar, there are several site navigation links: `Makerspace en la bibli...`, `Más visitados`, `Galería de Web Slice`, `Comenzar a usar Firefox`, and `Sitios sugeridos`.

The main content area features the **Habilo Médias** logo on the left, which consists of a square frame containing several overlapping circles in blue, green, and orange. To the right of the logo is the text: **LE CENTRE CANADIEN D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET DE LITTÉRATIE NUMÉRIQUE**. In the top right corner, there is a search bar with the placeholder text `Chercher dans ce site` and a magnifying glass icon. Below the search bar are social media icons for Twitter, Facebook, and RSS.

A horizontal navigation bar with a blue background contains the following menu items: `Galerie de presse`, `Comment appuyer HabiloMédias`, `Pour nous contacter`, and `English`. Below this bar is a secondary navigation menu with the following items: `Accueil`, `Littératie numérique et médiatique`, `Recherche`, `Parents`, `Ressources pédagogiques`, `Blogue`, and `Qui nous sommes`.

The main content area displays the breadcrumb `Ressources pédagogiques > Éducation médias 101` and the title **Éducation médias 101**. The text below the title reads:

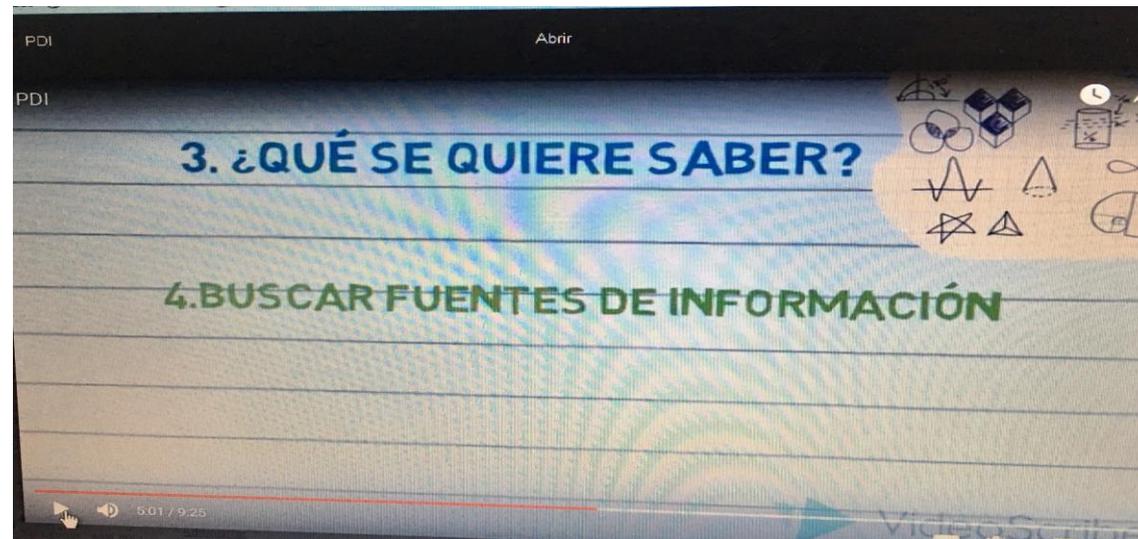
Les éducateurs en médias fondent leur enseignement sur les concepts clés de l'éducation aux médias, qui fournissent une base pratique pour examiner les médias et la culture populaire. Ces concepts clés agissent en tant que filtres au travers desquels les créations médiatiques doivent passer afin que nous puissions y réagir.

Afin d'aider les enseignants et enseignantes à présenter ces concepts clés aux élèves du primaire, HabiloMédias a établi un partenariat avec Entreprises pour l'essor des enfants ayant pour but de développer une série de vidéos sur chacun des concepts clés. Chaque vidéo est accompagnée d'un plan de leçon qui répète les idées principales des vidéos et qui aide les élèves à développer et à appliquer ce qu'ils ont appris.

Les médias, qu'est-ce que c'est?



Integrando AMI empleando Proyectos Documentales Integrados



<https://youtu.be/OInpS1FKsWQ>

Práctica habitual en nuestro Proyecto de BE

Módulo 1: Aprende a investigar e infórmate. Desarrollo de Proyectos Documentales Integrados de todas las áreas y niveles. Actividades de Alfabetización en Medios e Información:

- *El teléfono antes y ahora.*
- *Música, cine y literatura*



Decidir qué queremos saber y para qué:

- ¿Qué sabemos?

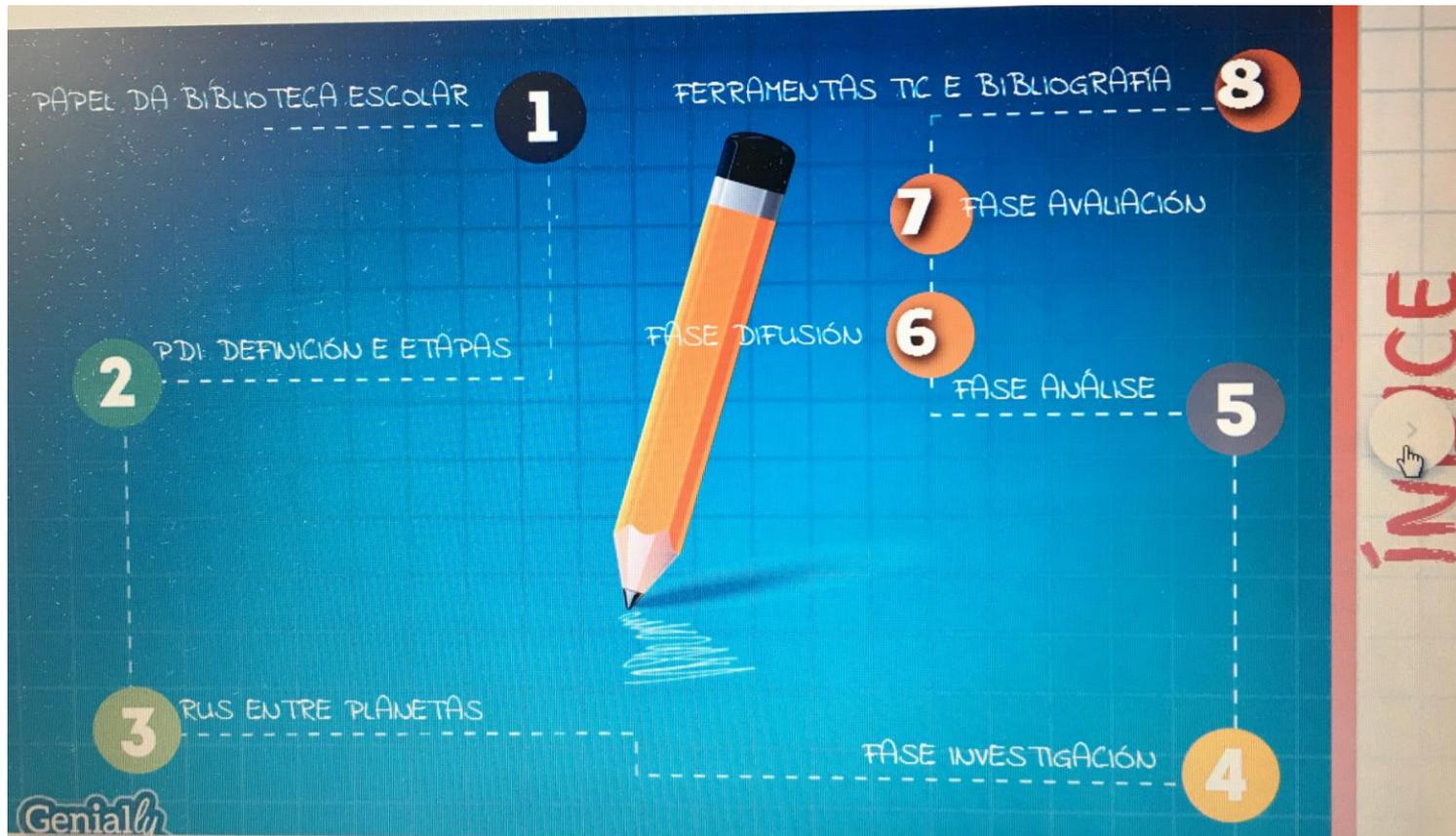
Pensar cómo lo haremos:

- planificar
- buscar información
- elaborarla
- comunicar

Evaluar

- el proceso
- el resultat

Algunos ejemplos de PDI



<http://www.genial.ly/View/Index/56d0c14f1561e80a14ee3ec8>



http://www.edu.xunta.es/biblioteca/blog/files/descargas/nodos/TPP/1516/27015301_TPP1516_Memoria1_3c4b09.pdf



Proxecto Documental Integrado
"AQUÍ TODOS PINTAMOS MOITO"

http://www.edu.xunta.es/biblioteca/blog/files/descargas/nodos/TPP/1516/36015871_TPP1516_Memoria1_fadfb8.pdf

http://www.edu.xunta.es/biblioteca/blog/files/descargas/nodos/TPP/1516/36012471_TPP1516_Memoria1_1f7d3b.pdf



**Proxecto Documental Integrado
coordinado pola Biblioteca escolar**

Pin it

PDI CARTOONS



jueves, 12 de noviembre de 2015

¡COMENZAMOS!

Llevamos desde pequeños visionando dibujos animados por todas partes: la televisión, el cine, el ordenador, la tablet.

Datos personales



<http://pdicartoons.blogspot.com>

Organizando la interdisciplinareidad.

CUADRO DE DEDICACIÓN TEMPORAL Y DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

	INFANTIL	PRIMARIA	ESO	BACHILLERATO	CICLOS
Dedicación temporal al trabajo interdisciplinar	50% Dedicación semanal de 15 horas	25% Dedicación semanal de 8 horas	25% Dedicación semanal de 8 horas	En primero de Bachillerato, una semana por trimestre	En todos los cursos, una semana por trimestre
Áreas implicadas en el trabajo interdisciplinar				Propuestas de trabajo a partir de problemas y/o retos reales y contextualizados	Propuestas de trabajo a partir de problemas y/o retos reales y contextualizados en línea con las competencias profesionales
ÁREAS NUCLEARES	CONOCIMIENTO DE SI MISMO CONOCIMIENTO DEL ENTORNO	MEDIO SOCIAL MEDIO NATURAL	A: HUMANÍSTICO-SOCIAL: CIENCIAS SOCIALES CIUDADANÍA CULTURA RELIGIOSA B: CIENTÍFICO-TÉCNICO: CIENCIAS EXPERIMENTALES TECNOLOGÍA	Relacionados con la parte de la modalidad, pero con contenido aplicado de cualquier materia	Todas las áreas implicadas en el trabajo interdisciplinar
ÁREAS DE USO Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN Y LENGUAJES	LENGUA CATALANA LENGUA CASTELLANA LENGUA INGLESA PLÁSTICA MATEMÁTICAS	LENGUA CATALANA LENGUA CASTELLANA LENGUA INGLESA PLÁSTICA MATEMÁTICAS		
ÁREAS DE ESPECIALIDAD		C. RELIGIOSA MÚSICA EDUCACIÓN FÍSICA LENGUA INGLESA	MÚSICA EDUCACIÓN FÍSICA LENGUA INGLESA TUTORÍA		

Avanzando en AMI.

- Biblioteca Escolar del CP Veneranda Manzano. Oviedo
- Proyecto del centro gira en torno a LA COMUNICACIÓN:
Comunica2
- De la coordinación y gestión se encarga el Grupo de la Biblioteca Escolar (cinco maestras, siete madres y el alumnado colaborador de 5º)





- Se incluyó la celebración de una Semana de la Comunicación.
- Proyectos Documentales Integrados en Infantil, primer y tercer ciclo
- Se desarrollan múltiples propuestas activas en cuatro ejes:
 - Radio Venezano
 - La prensa en papel y digital
 - Productora audiovisual
 - Agencia de publicidad

ITINERARIOS. GENERAL

"Comunicación" se estructura en **cuatro itinerarios** formativos. Cada uno de ellos cuenta con una **guía** que orienta al **profesorado** en los pasos necesarios para desarrollar correctamente el programa:

- **Radio a través de podcast y emisiones en directo:** puesta en marcha de un medio radio, creación y difusión de contenidos sonoros a través de Internet. Recursos necesarios: teléfono móvil / grabadora digital, ordenador y programa de edición de audio y conexión a Internet.
Accede aquí a la guía del itinerario
- **Productora audiovisual:** realización de diferentes productos audiovisuales. Tres posibles recorridos: productora de cortometrajes documentales, productora de cortometrajes de ficción y productora de vídeos televisivos. Recursos necesarios: teléfono móvil / cámara de vídeo / cámara de fotos con opción de vídeo, ordenador, cuenta en YouTube o Vimeo, conexión a Internet.
Accede aquí a la guía del itinerario
- **Prensa digital:** creación de un medio digital en un blog o página web. En ningún caso supone la presentación de revistas o periódicos siguiendo modelos tradicionales en papel. Conlleva la publicación de contenidos en formato web a través de los editores propios de la página en la que el proyecto esté alojado. Recursos necesarios: cámara de fotos, ordenador, conexión a Internet.
Accede aquí a la guía del itinerario
- **Agencia de publicidad:** Concebido como una mezcla de todos los anteriores. Se propone que el alumnado participante se convierta en una agencia de publicidad y elabore una campaña para alguna entidad social próxima al centro o a algún proyecto de microempresa que se esté desarrollando en el mismo. Se crearán anuncios televisivos, cuñas de radio, materiales gráficos y acciones de publicidad no convencional entre otras.
Accede aquí a la guía del itinerario

ITINERARIOS. DETALLE

RADIO

Radio a través de podcast y emisiones en directo

PRENSA DIGITAL

Prensa digital

PRODUCTORA AUDIOVISUAL

Productora audiovisual

AGENCIA DE PUBLICIDAD

Agencia de publicidad

ITINERARIO DE RADIO A TRAVÉS DE PODCAST Y EMISIONES EN DIRECTO

 Guía de itinerario Radio a través de podcast

 Código fuente

 Programación de Radio

 Publicidad en Radio

 Relato sonoro

<http://www.cpvenerandamanzano.es/novedades/17-novedades/264-2015-11-14-19-07-40>



ITINERARIO DE PRENSA DIGITAL

 Guía de itinerario Prensa Digital

 Diseña tu medio

 El consejo de redacción

 La rueda de prensa

 La (loca) agencia de noticias

 La Tribuna

LENGUAJE PERIODÍSTICO

 Blogs

 Crónica

 Encuestas

 Entrevista

 Humor gráfico

 Opinión

 Retransmisión

 Teletipo

Periódico y crónica de un curso



La Voz del Veneranda: <http://es.calameo.com/read/0033937837743a8e7522d>

ITINERARIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD

-  Guía de itinerario Agencia de publicidad con valores sociales
-  Identidad de agencia
-  La encuesta
-  Desarrollo de acción BTL
-  Desarrollo de la campaña
-  Presentación de la campaña

DOCUMENTOS Y TUTORIALES. PUBLICIDAD

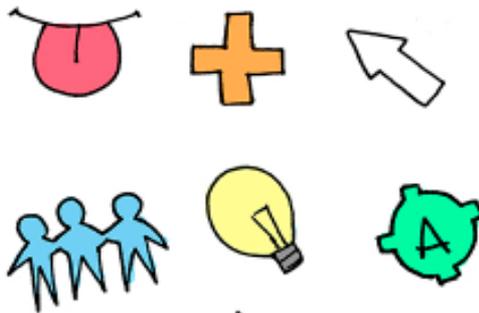
-  Tipos de publicidad
-  Campaña publicitaria

HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE

* PRODUCTOS *

- + FLASHMOB EN EL RECREO
- + RETO COLECTIVO + SPOT
- + CARTELERIA
- + CAMPAÑAS DE TUIFS (CON PEQUEÑAS ACCIONES)

COMPETENCIAS



- AGENCIA DE PUBLICIDAD -

¿CUÁNTAS CAMPAÑAS DE HÁBITOS SALUDABLES SE HAN DESARROLLADO EN TU CENTRO?
 ¿HAN SIDO EFECTIVAS PARA EL ALUMNADO?
 ¿Y SI FUERAN EL EQUIPO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN DE UNA DE ELAS?

= FLUJO DE TRABAJO =

MATERIALES



TAREAS POR ASIGNATURA

LENGUA: ESTUDIOS DE RECURSOS LITERARIOS + ESCRITURA DE TEXTOS Y BUENOS

COPYWRITER

MÚSICA: CREACIÓN Y ESTUDIOS DE JINGLES PUBLICITARIOS

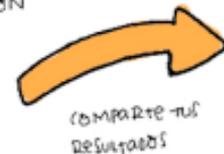
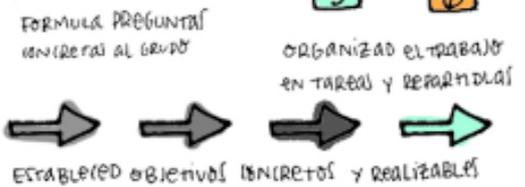
PLÁSTICA: DISEÑO Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA + IDENTIFICACIÓN DE AGENCIA

CIENCIAS: PROPIEDADES DE PLANTAS Y VERDURA

E.F.: HÁBITOS DEPORTIVOS SALUDABLES



- | | |
|---|---|
| 1 | 2 |
| 3 | 4 |
| 5 | 6 |

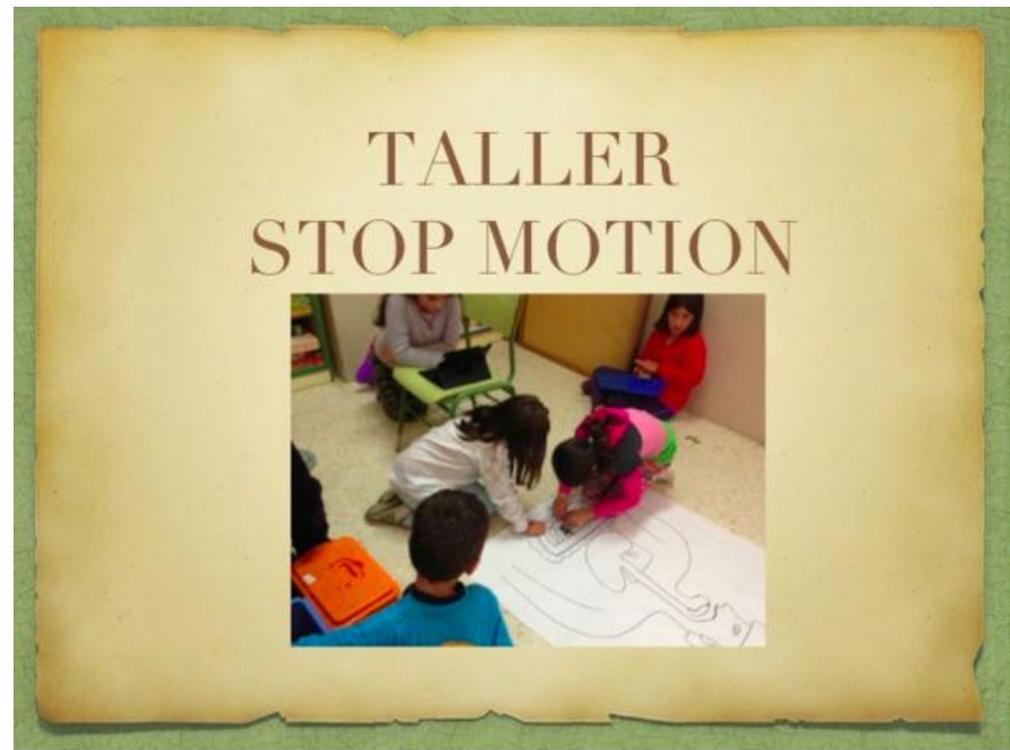


Campaña publicitaria III Premio Veneranda Solidaridad.



Productora Audiovisual

- https://www.youtube.com/watch?v=V9dJ1_bMZuM&feature=youtu.be
- <https://www.facebook.com/oskar.rodriguezfeito/videos/10206624778808364/>



<http://losperiolistas.blogspot.com.es/>

DOCUMENTALES DE BARRIO

- PRODUCTORA AUDIOVISUAL -

TAREAS POR ASIGNATURA

LENGUA: REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS + BUENOS + LECTURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS PERIODÍSTICOS Y DOCUMENTALES

LENGUA EXTRANJERA: PROGRAMA ESPECIAL SOBRE EL BARRIO + REALIZACIÓN DE SUBTÍTULOS + DICCIONARIO VISUAL DE EXPRESIONES TÍPICAS DE LA ZONA

CCSS: TRABAJO DE CAMPO + CARTOGRAFÍA DEL ENTORNO + MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

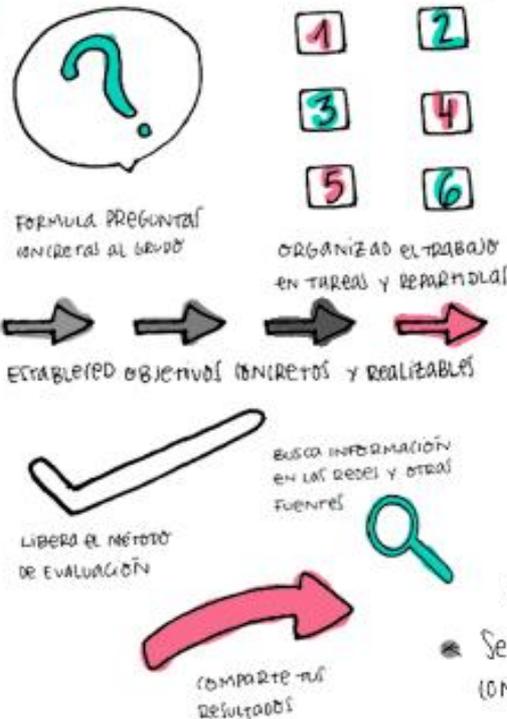
TECNOLOGÍA: DISEÑO WEB + FUNCIONAMIENTO DE CÁMARAS, MICROFONOS Y FOCOS

PLÁSTICA: INTRO A LOS VÍDEOS EN STOP MOTION

MÚSICA: PAISAJE SONORO + EFECTOS DE SONIDO

¿EN QUÉ BARRIO ESTÁ TU CENTRO? ¿QUIÉNES SON SUS PRINCIPALES AGENTES? ¿HAN EXISTIDO LUCHAS VECINALES? ¿CÓMO SE LLAMAN LOS HÉROES Y LAS HEROÍNAS DEL BARRIO? ¿CUÁNTOS COMERCIOS TÍPICOS QUEDAN?

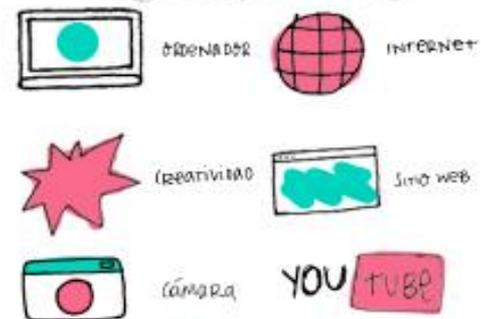
FLUJO DE TRABAJO



COMPETENCIAS



MATERIALES



* PRODUCTOS *

- SERIE DE DOCUMENTALES CON HILO CONDUCTOR
- PRODUCCIÓN TRANSMEDIA
- DOCUMENTALES AUTOCONCLUSIVOS

Taller de videojuegos en colaboración con la Universidad de Oviedo







Periódicos escolares y periódicos mundiales.





Noticias en familia



Visitas guiadas: alumnado del IES



Comunicando Ciencia

- <http://comunicaparaaprender.blogspot.com.es/2016/05/comunicando-ciencia.html>



Familias implicadas







Atención a la diversidad.



Abiertos a la comunidad.



Periodistas deportivos



Importancia de la Música



TPA en el colegio y visita a sus estudios.



Wharhol: fotografía y comunicación



http://comunicaparaaprender.blogspot.com.es/2016_04_01_archive.html



Haciendo radio



Analizando radio



Premio ATR, 2016 a centros educativos



CURACIÓN DE CONTENIDOS EN LA ESCUELA



¿QUÉ ES?

Es el proceso de búsqueda, organización y gestión de los contenidos de la web sometido a criterios de veracidad, utilidad, relevancia e importancia.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

Para organizar la información necesitada sobre cualquier área o proyecto, a través de la selección de diversas fuentes, constituyendo así un banco de recursos.

La curación de contenidos nos permite gestionar la información y no caer en la saturación.

Con una buena organización de la información nos será más fácil fabricar conocimiento.

Además, si queremos preparar a los alumnos para el mañana, uno de los retos más visibles en la educación es la organización gestión de la información.

Para ello, el PLE del alumando ha de contener herramientas útiles para el curado de los contenidos.





ÉTICA PARA EL CURADO DE CONTENIDOS



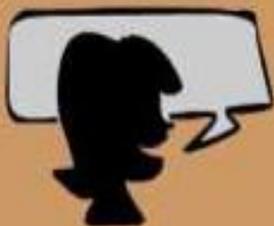
1 - No abusar de la misma fuente.
Extraer siempre contenidos del mismo sitio queda un poco feo.

2 - Retitula, anade valor al contenido. No seas un/a simple agregador/a.



3 - Haz visibles las fuentes de origen.

4 - Intenta crear un contenido nuevo, ya sea original, mashupeado o pasticheado.



5 - Comenta el contenido, opina, sé crítico@.

Manel Guzmán

HERRAMIENTAS PARA TRANSFORMAR EN TRANSMEDIA



Symbaloo

crear itinerarios divertidos e interactivos



Tiki-Toki

permite hacer líneas de tiempo o timelines



Emaze

podemos hacer presentaciones diferentes



Genial.ly

permite hacer infografías vistosas a partir de datos



Piktochart

permite hacer infografías vistosas a partir de datos



Thinglink

podemos crear imágenes interactivas



Bubbl

construimos nuestros mapas mentales



Powtoon

animaciones a partir de nuestros relatos o ideas



Pixton Cómico

podemos formatear nuestras historias en forma de cómic



Jigsaw Puzzles

generamos puzzles con nuestros propios materiales

<http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLit25Lecciones.pdf>

5

Cinco Preguntas Clave Que Pueden Cambiar el Mundo

Actividades de Clase para Alfabetismo en Medios



Primaria

•

Secundaria

•

Media

Lenguaje

•

Ciencias Sociales



Center for
Media Literacy

Alfabetismo en medios

Las cinco preguntas clave

1. ¿Quién creó este mensaje?
2. ¿Qué técnicas se han utilizado para atraer mi atención?
3. ¿En qué forma pueden distintas personas entender este mensaje de manera diferente a como lo entiendo yo?
4. ¿Qué estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?
5. ¿Por qué se envió este mensaje?

Cinco Principios Básicos

- #1. Autoría
- #2. Formato
- #3. Audiencia
- #4. Contenido
- #5. Propósito

<http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLitGuia.pdf>

Alfabetismo en medios

Los cinco conceptos básicos

1. Todos los mensajes de los medios se construyen.
2. Los mensajes se construyen utilizando un lenguaje creativo que tiene sus propias reglas.
3. Distintas personas experimentan, entienden o interpretan el mismo mensaje de manera diferente.
4. Los medios tienen incorporados valores y puntos de vista.
5. Los mensajes de medios se construyen para obtener ganancia y / o poder.

Gracias

