La competencia mediática comporta el dominio de conocimientos, procedimientos y actitudes relacionados con las seis dimensiones básicas de las que se ofrecen los indicadores principales. Estos indicadores tienen que ver, según los casos, con el ámbito de participación de los alumnos que reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y como dichos alumnos producen mensajes (ámbito de la expresión). Es necesario dejar constancia que estas dimensiones definidas se han de adquirir progresivamente durante la Educación Obligatoria,

En la tabla 1 se puede ver una síntesis, realizada por la autora para el presente trabajo, de las seis dimensiones de la competencia mediática y sus correspondientes indicadores de Ferrés (2007 y 2012).

Figura 1. Evaluación de la competencia mediática: dimensiones e indicadores en la Enseñanza Obligatoria. Dimensiones e indicadores.

Dimensiones		INDICADORES
1. Lenguajes	Análisis	1.1.1 Interpretar y valorar códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.
		1.1.2. Analizar y valorar mensajes desde la perspectiva del significado, sentido, estructuras narrativas, géneros y formatos.
		1.1.3.Comprender el flujo de historias e informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y medios de expres
		1.1.4. Establecer relaciones entre textos (intertextualidad), códigos y medios elaborando conocimientos abiertos e interrelacionad
	Expresio	1.2.1. Expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y significación
		1.2.2. Elegir distintos sistemas de representación y estilos en función del contenido a transmitir e interclocutor
		1.2.3. Modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor
2. La Tecnología	Análisis	2.1.1. Comprender el valor de las tecnologías de la información y comunicación y sus posibles efectos
		2.1.2. Interaccionar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.
		2.1.3. Actitud curiosa motivada para conocer y usar innovaciones tecnológicas de comunicación.
		2.1.4. Manejar las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.
	Expresio	2.2.1.Manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal
		2.2.2.Adecuuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen
		2.2.3. Elaborar y manipular imágenes y sonidos conociendo la construcción de representaciones de la realidad
3. Procesos de recepción y de interacción	Análisis	2.2.1.Seleccionar, revisar y autoevaluar la propia dieta mediática, en función de criterios conscientes y razonables.
		3.1.2. Dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, qué satisfacen...
		3.1.3. Valorar los efectos cognitivos de las emociones, tomar conciencia de las ideas y valores asociados a personajes..
		3.1.4. Captar y gestionar la separación entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad
		3.1.5. Conocer la importancia del contexto en los procesos de recepción y de interacción.
		3.1.6. Conocer conceptos básicos de audiencia, sobre estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.
		3.1.7. Apreciar los mensajes provinientes de otras culturas para el diálogo intercultural
		3.1.8. Gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para aprendizaje
	Expresion	3.2.1. Actitud activa con las pantallas para construir una ciudadanía capaz de transformarse y transformar el entorno
		3.2.2. Realizar un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas de las redes sociales.
		3.2.3. Interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos plurales y multiculturales
		3.2.4. Conocer las normas legales de reclamación ante el incumplimiento en materia audiovisual y actitud responsable
4. Procesos de producción y difusión	Análisis	4.1.1. Diferenciar entre producciones individuales y colectivas, entre populares y corporativas, públicas y privadas
		4.1.2. Conocer factores que convierten producciones corporativas en mensajes condicionados socioeconomicamente
		4.1.3. Conocer los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión.
		4.1.4. Concer los códigos de regulación y autorregulación que protegen y exigen a los distintos actores sociales
	Expresion	4.2.1. Conocer las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones
		4.2.2. Trabajar de forma colaborativa en la elaboración de productos multimedia o multimodales
		4.2.3. Seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos con nuevos significados.
		4.2.4. Compartir y diseminar información, a través de medios tradicionales y redes sociales
		4.2.5. Manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos propios y ajenos
		4.2.6. Actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y aprovecharse de recursos *creative commons*
		4.2.7. Generar redes de colaboración y realimentarlas, y actitud comprometida ante ellas.
5. Ideología y valores	Análisis	5.1.1. Descubrir cómo las representaciones mediáticas estructuran la percepción de la realidad en comunicaciones inadvertidas
		5.1.2. Reconocer la influencia de los mensajes mediáticos en las decisiones de consumo, relaciones personales, familiares, etc
		5.1.3.Conocer las fuentes de información, evaluando su fiabilidad y extrayendo conclusiones críticas de lo que se dice y se omite
		5.1.4.Seleccionar e interpretar adecuadamente informaciones procedentes de distintos sistemas y diferentes entornos.
		5.1.5. Detectar intenciones o intereses subyacentes en producciones mediáticas, así como ideología, valores explícitos o latentes..
		5.1.6. Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para consulta, documentación o el entretenimiento.
		5.1.7.Capacidad de analizar identidades virtuales y detectar estereotipos, analizando sus causas y consecuencias
		5.1.8. Analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que ejercen los medios.
		5.1.9. Reconocer procesos de identificación emocional con personajes...como mecanismo de manipulación o autoconocernos.
	Expresio	5.2.1. Usar nuevas herramientas comunicativas de acuerdo con valores cívicos y democráticos, y bien del medio social y natural.
		5.2.2. Elaborar productos y modificar los existentes para cuestionar valores o esteriotipos en algunas producciones mediáticas.
		5.2.3. Aprovechar herramientas del nuevo entorno comunicativo comprometiéndose responsablemente en un diálogo intercultura
6. Estética	Análisis	6.1.1.Cultivar el gusto por los aspectos formales, no sólo por lo que se comunica sino también por la menera como se comunica
		6.1.2. Reconocer una producción mediática que no se adecue a unas mínimas de calidad estética.
		6.1.3. Relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas.
		6.1.4. Identificar categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, originalidad, el estilo, las escuelas y tendenci
	Expre	6.2.1. Producir mensajes comprensibles que incrementen personal o colectivamente la creatividad, originalidad y sensibilidad.
		6.2.2. Apropiarse y transformar producciones artísticas, potenciando. creatividad, innovación, experimetación y la sensibilidad