

Editorial

Dra. Eliana NAGAMINI

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. Brasil. eliananagamini@usp.br

Dr. Ignacio AGUADED

Universidad de Huelva. España. aguaded@uhu.es

La Educomunicación en el contexto de las nuevas dinámicas discursivas mediáticas *Media Literacy in the context of new media discourse dynamics*

"Generación LED: Educomunicación, competencias mediáticas y smartphones", es el monográfico que en **Mediterránea** reúne a un interesante conjunto de reflexiones y debates en torno a la Educomunicación, proyectando caminos novedosos y singulares para entender la interfaz Comunicación y Educación y, por ende, el mundo actual.

Es este un tema balbuciente, pero ya pujante en el escenario mediático contemporáneo, cuyas sociabilidades pasan por las mediaciones de las tecnologías emergentes. Sin duda alguna, las investigaciones en educomunicación están abriendo caminos para comprender cómo las audiencias interactúan con los dispositivos mediáticos a partir de sus diversos lenguajes y en sus diferentes canales: televisión, publicidad, revistas, redes sociales, etc.

La reflexión teórica y metodológica proyecta acciones educomunicativas, cuya naturaleza dialógica y emancipatoria –en el sentido aplicado por el pedagogo brasileño Paulo Freire– favorece la construcción colaborativa del conocimiento, encamina a los jóvenes hacia el empoderamiento, preparándolos para el ejercicio de la ciudadanía, en la medida en que en el proceso educativo favorece el desarrollo de competencias mediáticas a partir de la percepción e interpretación de los mensajes.

Las investigaciones se sitúan más allá de cuestiones meramente técnicas, pues tratan principalmente de hechos culturales que permean los modos de producción, de circulación y de recepción de mensajes, contruidos en lenguajes específicos que caracterizan los soportes mediáticos, encaminándonos hacia reflexiones sobre la articulación del proceso comunicativo en el ecosistema educativo. Es en esta intersección en que la Educomunicación contribuye a repensar la educación –formal o informal– a fin de buscar dinámicas formativas que están en sintonía con la percepción y sensibilidad de los jóvenes.

El monográfico se centra esencialmente en la participación de las audiencias en la construcción de un *modus comunicandi* en el que la interacción de los jóvenes en la vida cotidiana se constituye a partir del juego de mediaciones, como señala Orozco-Gómez. El gran desafío, en ese sentido, es formar las audiencias también como productores (prosumers), para asumir su participación en los modos de producción cultural. De ahí deriva el papel significativo de los espacios educativos en promover procesos de enseñanza-aprendizaje con énfasis en la dimensión discursiva de los lenguajes mediáticos.

Destaca sobremanera el carácter internacional y multiprofesional del ámbito educomunicativo, que apela a investigadores y profesionales de diferentes tradiciones –maestros, comunicadores, sociólogos, pedagogos...– y de diferentes países (México, España, Ecuador...). Esta realidad evidencia el alcance global y transdisciplinar de la problemática contemporánea sobre la relación de los jóvenes con los medios de comunicación. Los desafíos, aunque con rasgos distintos orientados por características

específicas de cada lugar, son compartidos a fin de encontrar respuestas teóricas y metodológicas para comprender los fenómenos producidos por la interacción de los jóvenes con los dispositivos mediáticos y sus efectos en el proceso de educativo. En las investigaciones hay un movimiento complejo entre el campo comunicacional y el educativo, con implicaciones teóricas y metodológicas tanto en la educación formal –en los diversos niveles de enseñanza– como en la educación informal. Los artículos, en ese sentido, contribuyen de modo ejemplar para el fortalecimiento de la Educomunicación.

El artículo "Uso crítico de los medios en la formación universitaria", que abre este monográfico, presenta la investigación realizada por Lilia Ávila-Meléndez y Jorge Cortes-Montalvo (México), en la que analizan la competencia mediática de profesores a partir de sus experiencias en la práctica docente, es decir, como docentes universitarios utilizan herramientas tecnológicas para planificar actividades didácticas y promover –en el proceso educativo– el acceso a la información y la construcción del conocimiento.

Con énfasis en el uso de dispositivos móviles en el contexto familiar, el artículo "Competencias parentales positivas y smartphones. Diagnóstico en el contexto familiar", Antonia Ramírez-García, Natalia González-Fernández e Irina Salcines-Talledo (España) investigan la interacción entre padres e hijos a partir de hábitos comunicacionales, vía smartphones. El desarrollo de competencias parentales positivas optimiza las relaciones familiares, haciéndolas significativas, en la medida en que aseguran el uso adecuado de los contenidos digitales.

En el trabajo "La generación millennial se identifica con 'La pera del olmo'", Carmelo Márquez-Domínguez, Yalitz Ramos-Gil y Bryan Moreno-Gudiño (Ecuador) analizan una significativa experiencia educocomunicativa que permite reconocer una "gramática" del ecosistema digital, a través de la comprensión y producción del lenguaje mediático en el contexto universitario con la edición de la revista "La pera del olmo", que estimula y desarrolla el potencial prosumidor de los participantes.

La interacción de jóvenes en nuevos contextos mediados por redes sociales digitales es el tema del artículo "¡Tienes un match! Autorrepresentaciones y rasgos comunicativos de las interacciones de jóvenes en Tinder", de Diego Fernández-Fernández, Soraya Calvo-González, Sara Rodríguez-Pérez y María-Carmen Rodríguez-Menéndez (España). La investigación revela modos de interacción y socialización a través de la aplicación Tinder, cuyas dinámicas de representación de identidades y de géneros –en el medio digital– encaminan hacia la emergencia de una educación sexual que reconozca e integre diversidades.

En el artículo, "La aplicación móvil como estrategia de educomunicación orientada a la eliminación del castigo físico en menores. El caso de Hands up", las investigadoras Ana Rosser-Limiñana, Diana Jarenó-Ruiz y Carmen López-Sánchez (España) discuten la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación para orientar a padres y madres a través de aplicaciones accesibles en smartphones o tablets. Con un enfoque educocomunicativo, propone transformaciones comportamentales de los padres a través de recursos digitales e-parentales, cuya función es auxiliar a los padres en relación a los hijos y, al mismo tiempo, contribuir a la educación mediática, a partir de los procesos de interacción que genera la aplicación.

Pensar la interfaz Comunicación y Educación también requiere la necesidad de analizar de qué manera se contextualiza la producción mediática, principalmente en jóvenes y niños, que explican sus comportamientos sociales. El artículo "Validez de la publicidad como recurso en la educación ambiental", de Mario Megías-Delgado, Carmen Baldallo-González y Pablo Maraver-López (España), presenta una reflexión pertinente sobre esa problemática. Se trata del análisis de las dinámicas discursivas de 27 anuncios difundidos en la televisión, a fin de verificar su potencial para una educación ambiental, es decir, hasta qué punto el contenido sería eficaz para la formación educativa de una "conciencia verde", incentivando y estimulando actitudes éticas y ciudadanas respecto a la sostenibilidad y a la preservación del medio ambiente.

Interacción, socialización y diálogo son los desafíos que afrontan los agentes pastorales en el proceso de evangelización de los jóvenes. La investigación presentada en el artículo "Eficiencia en el uso del smartphone y las redes sociales en la acción pastoral de los agentes de la Iglesia de Aragón", del Manuel Fandos-Ígodo, Feliciano Ordóñez-Fernández y Ana Pérez-Escoda (España), muestra que el uso de dispositivos móviles por los jóvenes, como los smartphones, crea otros espacios de socialización y causa cambios en sus modos de estar y sentir el mundo. En consecuencia, los agentes pastorales necesitan buscar formas de interacción que los acerquen a los jóvenes por medio de un lenguaje más propio a la franja etaria y en un ambiente virtual-digital. De este modo, el desafío, para los autores, de la Iglesia de Aragón –universo investigado– es, sin duda, entender y actuar en un proceso de socialización mediado por las redes sociales.

En suma, este monográfico contiene una serie de reflexiones a torno a investigaciones en diferentes contextos que son una invitación para el debate, porque investigar en la perspectiva educomunicativa abre nuevos espacios transdisciplinares que permiten conocer mejor el mundo mediático en que vivimos. Como apunta Edgar Morin, vivimos y convivimos con incertidumbres y, por eso, las trayectorias para enseñar y aprender serán diversas y de acuerdo con los lugares en que los procesos comunicacionales atraviesan los ecosistemas educativos.

