

Editorial

Dra. Carmen MARTA-LAZO

Universidad de Zaragoza. España. cmarta@unizar.es

La brújula de la educomunicación ***The compass of educommunication***

En el editorial del número anterior, levamos anclas para adentrarnos en las investigaciones realizadas en los países de la cuenca mediterránea y con los que se establecen sinergias culturales o se mantiene proximidad geográfica. Nuestro norte es tratar de ser un referente en los trabajos que afectan a todas las áreas de la comunicación marcadas por dicha cartografía. Nudo a nudo, verso a verso, como diría el poeta, nos vamos situando en el mapa de los índices. Prueba de ello es la situación en cuarto puesto de las revistas latinoamericanas en comunicación, en el índice recientemente publicado por la *Red Iberoamericana de innovación y Conocimiento Científico*, promovido por Clarivate y CSIC.

Además, teniendo en cuenta que la navegación cada vez es más versátil en cuanto a sus modalidades y que se hibrida en la búsqueda de nuevas tendencias futuras, también tratamos de innovar, recogiendo experiencias que surquen los mares de la interdisciplinariedad en la investigación y que se proyecten en campos conexos, tales como la educación, la salud o la tecnología. Sin duda, el cruce de fronteras y la búsqueda de nuevos territorios amplía y enriquece el itinerario del conocimiento.

Desde esta perspectiva, en los últimos meses, hemos recibido numerosos textos relacionados con la temática de la Educomunicación, que nos han hecho esforzarnos especialmente y trabajar a buen ritmo. Los monográficos que congregamos en el número que ahora presentamos, dan cabida a un campo poco explorado en el ámbito de las revistas científicas de comunicación españolas. La apuesta por la interdisciplinariedad combina en estos terrenos una confluencia natural de dos campos muy próximos y que, con muchos nodos, trabajan al unísono en diferentes ámbitos.

Desde la vertiente de la salud y de las habilidades para la vida que la educomunicación conlleva, en distintos entornos y escenarios, se plantea el primer monográfico. Coordinado por el Dr. Francisco García García, de la Universidad Complutense de Madrid y D. Carlos Gurpegui Vidal, de la Universidad Oberta de Cataluña, este monográfico se planteó como objetivo un acercamiento entre estas culturas de activos y las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación (TRIC), destacando las intervenciones locales, escenarios y herramientas, mapas de activos y experiencias bajo parámetros e indicadores de alfabetización digital y promoción de la salud.

El eje vertebral de la educación mediática es el pilar del segundo monográfico, coordinado por el Dr. Ignacio Aguaded, de la Universidad de Huelva, España y la Dra. Eliana Nagamini, de la Universidade de São Paulo, Brasil. En este caso, tiene como propósito analizar las actitudes y comportamientos de la ciudadanía en el uso de estas tecnologías digitales emergentes (*smartphones, tablets y phablets*) por parte de diversos colectivos en distintos contextos, con el fin de detectar carencias y destacar prácticas innovadoras que potencien estrategias educomunicativas.

En el apartado de Miscelánea, también se observa cierta confluencia con temas relativos a usos e interacciones, educomunicación, aprendizaje *e-learning*, *transmedia*, y producción de vídeos y videoclips. Como puede observarse, los caminos trazados en los monográficos siempre dejan estela a la hora de dar cita a temas que son próximos o están directamente relacionados. Esta sección se abre con la contribución titulada **El consumo literario como experiencia compartida en entornos transmedia. El caso de “el club de los incomprendidos”** escrita por Alba Torrego González y Alfonso Gutiérrez Martín, de la

Universidad de Valladolid. La investigación aborda un estudio de caso para analizar los diferentes entornos de consumo *transmedia* que se dan cita.

También desde el prisma de los consumos e interacciones, en este caso de informativos, presentamos como segunda aportación el texto **La interacción de las audiencias con las noticias en los portales digitales de los principales diarios de Perú**, firmado por Rosa Zeta de Pozo y Tomás Atarama-Rojas, de la Universidad de Piura (Perú), quienes nos hablan de la necesidad de inmediatez e interactividad en el ecosistema actual de medios, junto con la vertebración en los valores tradicionales periodísticos.

El uso de los nuevos medios en la formación es la temática del siguiente artículo, que lleva por título **Transformando la docencia: usos de las plataformas de e-learning en la educación superior presencial** y está elaborado por Paco Bermúdez y Aquilina Fueyo, de la UNED y la Universidad de Oviedo, respectivamente. El análisis se centra en los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en entornos virtuales de aprendizaje en educación superior.

Seguimos en el ámbito de la educomunicación, para presentar la siguiente contribución: **La autonomía mediática del alumnado de Educación Infantil y Bachillerato: el caso español**, cuyas autoras son Mari Carmen Caldeiro-Pedreira, María Mar Rodríguez-Rosell, Ana Castro-Zubizarreta y Paula Renés-Arellano, pertenecientes a las Universidades de Santiago de Compostela, Católica de Murcia y de Cantabria -en los últimos dos casos-, respectivamente. El análisis que presentan se basa en las dimensiones e indicadores de la competencia mediática abordados en el seno de un proyecto liderado por Joan Ferrés, en el que participaron investigadores de diferentes comunidades españolas.

Desde la vertiente de los vídeos y en concreto de los videoclips musicales, presentamos los siguientes artículos: José-Patricio Pérez-Rufi, de la Universidad de Málaga, presenta **Producción y edición del vídeo de bajo presupuesto: estudio de caso de "Lost Ones" (Joan Thiele) de Giada Bossi**, llevando a cabo un pormenorizado análisis textual de esta producción audiovisual. En el mismo ámbito, Candelaria Sánchez Olmos, de la Universidad de Alicante, aborda el tema de los **Formatos publicitarios y sectores en el branded content musical: Videoclips y moda se convierten en pop stars de la musicidad**, mediante un estudio en el que llega a interesantes conclusiones. La sección finaliza con el artículo **Danza contemporánea y sincronía musicovisual en el videoclip musical actual**, escrito por Virginia Guarinos Galán y Ana Sedeño Valdellós, de las Universidades de Sevilla y Málaga, respectivamente, quienes plantean como el vídeo musical se ha convertido en un catalizador en la escena audiovisual actual, lo que permite localizar tendencias como centro de hibridación entre medios y lenguajes como la música y la danza. Sin duda, un tema que atrajo también numerosos artículos en monográficos anteriores de nuestra revista.

Este volumen se cierra con cuatro reseñas de interesantes obras de reciente publicación. La primera de ellas lleva por título **Efectos en la comunicación publicitaria**, elaborada por María Teresa Donstrup Portilla, de la Universidad de Sevilla, sobre el libro "Eficacia publicitaria. Teorías y modelos aplicados. Ejemplos prácticos reproducibles con el software libre R" (Sánchez-Herrera, Madrid: Pirámide, 2017). Le sigue **Volando hacia el futuro tecnológico del periodismo**, escrita por Guillermo Paredes-Otero, basada en "El periodismo que vuela. Drones, 3D, smartphones y robots, tecnologías emergentes para la profesión periodística" (Fernández-Barrero, Sevilla: Fénix Editora, 2018). A continuación, se presenta **Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada**, realizada por Celia Rangel, basada en la obra *Entre selfies y whatsapps: "Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada"*, coordinada por Estefanía Jiménez, Maialen Garmendia y Miguel Ángel Casado (Coords.) (Barcelona: Editorial Gedisa, 2018). Por último, se incluye **Tapas de publicidad. Introducción y fundamentos**, firmada por Josep Rom-Rodríguez, a partir de la publicación que lleva el mismo nombre, bajo la autoría de Eva Santana-López (Barcelona: Promopress, 2017).

¡Marineros, levamos anclas y comenzamos el nuevo viaje! Esperamos que la brújula de la educomunicación sea del interés de toda la comunidad científica de nuestro ámbito y nos ayude a llegar a buen puerto. Soltamos amarras para volver a las aguas del Mediterráneo, no sin antes agradecer el trabajo de los coordinadores temáticos de los monográficos y también a los autores de los artículos la confianza depositada en nuestra guía como proyección de sus investigaciones. Seguimos con un nuevo destino, pero con la misma hoja de ruta, basada en nuestro compromiso con el rigor científico, la exigencia y la innovación, al mismo tiempo.

