

Presentación

Dra. Carmen Marta-Lazo

Profesora Titular en Comunicación Audiovisual y Publicidad

<mailto:cmarta@unizar.es>

Universidad de Zaragoza, España

Dra. Doris Johnson Barella

Universidad de Playa Ancha

Directora, Revista F@ro

faro@upla.cl

La era actual se caracteriza por un flujo de intercambio comunicativo constante en el que el sentido de los mensajes es multidireccional. Las TRIC (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación), como mediadoras, potencian la dimensión relacional de los encuentros y desencuentros surgidos en las redes de diferente signo: sociales, organizacionales, culturales, académicas,... Desde el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza (España) venimos investigando el componente de relaciones que se establece en las TRIC y en los nuevos entornos de comunicación. Pensamos que más allá del puro determinismo tecnológico que basa todo en el manejo instrumental de las tecnologías, las competencias digitales van mucho más allá y pasan por tener respeto, tolerancia y saber escuchar a los otros, de ahí surge el "Factor Relacional", de esas relaciones basadas en el compromiso ético, en la capacidad

crítica y también en aprender a empoderarse para conocer el verdadero sentido de los mensajes que se exponen en la Red.

El presente monográfico de la Revista F@ro, que lleva por título “El enfoque latinoamericano ante los desafíos de los nuevos escenarios transmediales y de convergencia mediática: Hacia un entorno Relacional”, surge de un foro de investigación de carácter internacional que se llevó a cabo en la Universidad de Zaragoza (España), en el que participaron investigadores de diferentes grupos y proyectos científicos que trabajan en líneas de comunicación audiovisual y digital, desde varios focos de interés: narrativas, webs, blogs y redes sociales, educomunicación, audiencias, consumos e interacciones en la sociedad digital. A partir de la selección por parte de un comité de arbitraje, se seleccionaron las contribuciones consideradas más innovadoras y punteras, las cuales, posteriormente, fueron revisadas de nuevo a ciegas por evaluadores de la revista, con objeto de filtrar los dieciséis artículos más interesantes, que son los que se publican en esta co-edición especial con la Universidad de Zaragoza, España, en este N 23 de nuestra revista y que pasamos a presentar.

En la sección “Foro científico” se presentan otras ocho investigaciones desde diferentes marcos del entorno digital: soportes, redes sociales, perfiles profesionales, mensajes y estereotipos, contenidos audiovisuales.

Desde el prisma de la implantación de nuevos soportes, se detiene en el “La campaña electoral aragonesa 2015: Seguimiento mediante móvil y Tablet”, María Elena Bandrés Goldáraz, María Gómez y Patiño y Macu Hervás Moreno, de la Universidad de Zaragoza, indagan en la recepción de los mensajes electorales provenientes de la cadena autonómica Aragón Televisión. Como principales conclusiones, se constatan los diferentes usos respecto a los medios tradicionales que modifican la estructura y la recepción de los mensajes electorales.

Los contenidos audiovisuales también son objeto de este monográfico. El siguiente artículo, presentado por Patricia Gascón Vera, doctoranda de la Universidad de Zaragoza, se centra en las "Claves de éxito de una década televisiva: estudios de caso El hormiguero y El intermedio, con este objetivo se analizan cuáles son los factores por los que estos programas con formato de *infoentertainment* se mantienen en antena desde hace más de una década. El elevado nivel de cuota de pantalla que siguen manteniendo se debe, según se concluye, a la combinación de entretenimiento unido a espectáculo y a la información con humor.

A continuación, María Elena Bandrés Goldáraz, María Gómez y Patiño y Macu Hervás Moreno, de la Universidad de Zaragoza examinan los "Estereotipos de Género. Análisis comparado elpais.com (España) y emol.com (Chile), mediante el análisis de contenidos de los blogs de los respectivos diarios, El País y Mercurio, en sus versiones digitales. Fruto de la observación de los dos estudios de caso, las autoras concluyen que la visibilidad mediática de las mujeres en los medios en la actualidad es todavía deficiente y que, independientemente del país, siguen escribiendo de temas tradicionales relacionados con la función social que las mujeres han desempeñado en el ámbito privado o cultural.

Por su parte, Miriam Rodríguez Pallares, doctora de la Universidad Complutense de Madrid, aborda "El tratamiento de los contenidos digitales en la empresa de comunicación en España" y se pregunta si existen "¿Nuevas competencias y nuevos perfiles profesionales?" llegando a determinar que la comunicación digital, asincrónica, no lineal y móvil, plantea nuevas posibilidades profesionales en las áreas de la información y documentación, por un lado, y de la comunicación, por otro. La figura del *content curator* ejemplifica los cambios en la demanda profesional que exige el nuevo paradigma comunicativo digital, como constata la autora.

Seguidamente, Francisco Javier Montemayor Ruiz y Miguel Angel Ortiz Sobrino, de la Universidad Complutense, analizan "Los medios de

comunicación en los eventos. El poder de la televisión". Este estudio tiene como finalidad averiguar qué rasgos definen a los grandes eventos de interés mediático por el poder de convocatoria que tienen para el seguimiento a través de la televisión lineal frente a nuevas formas de consumo. Desde esta óptica, los autores también contemplan el papel de la televisión en la sociedad desde la globalidad y la convergencia digital para acercarse a la visión de cómo será la televisión en un futuro cercano.

Desde la perspectiva de los soportes, Rubén Ramos Antón, de la Universidad de Zaragoza publica "Penetración tecnológica en Aragón. De periferia a centro", donde realiza un estudio de cómo la distancia geográfica de esta comunidad ha ido reduciéndose debido a la implantación de las TRIC, que han permitido vertebrar en un ágora virtual el territorio y aproximarlos a otras partes del planeta. Como aporte metodológico, desde una perspectiva cualitativa, se lleva a cabo el análisis de la historia de vida de ocho jóvenes para conocer la función que desempeñan las tecnologías en sus respectivos hábitos y cómo afectan a sus relaciones e interacciones.

Por su parte, Juan Enrique González Vallés, del CEU San Pablo de Madrid, José Rodríguez Terceño, Universidad Complutense de Madrid, David Caldevilla Domínguez Universidad Complutense de Madrid presenta una contribución referente a la "Narrativa digital en el entorno de la web 2.0 dentro del sector de la comunicación universitaria", en el que observa cómo las entidades universitarias han afrontado la introducción de la Web 2.0. y de qué forma las redes sociales suponen el estandarte de este nuevo modelo comunicativo en el que los alumnos son los protagonistas principales en la demanda de servicios actualizados y contenidos atractivos. En este estudio, se abordan las distintas vertientes que han adoptado los perfiles de las facultades de comunicación y/o información de las universidades madrileñas y se analizan los modelos de narrativas que utilizan las entidades en su oferta virtual de contenidos.

Por último, se cierra esta sección en bucle, con la misma temática con la que se abre, mediante un artículo en el ámbito de la comunicación política, también en el contexto aragonés. Los profesores de la Universidad San Jorge, Ricardo Zugasti y Carmela García Ortega presentan. "Los temas de campaña en Twitter: caso de los candidatos a la presidencia de Aragón en 2015". En este artículo realizan un análisis de contenido de los tuits de los candidatos de los principales partidos, con el fin de examinar cómo utilizaron los políticos esta red social a lo largo una campaña. Entre las principales conclusiones, llegan a concretar que se evidencia un uso propio de un "tablón de anuncios" digital que busca propagar todo tipo de eventos relacionados con su propia agenda de actos de campaña.

La segunda parte del monográfico, correspondiente a la sección "Faro Fractal", se inicia con el artículo "Factor Relacional y colaboración con "Apps" en la asignatura Metodología de la investigación", elaborado por Cristina Villalonga Gómez, de la Universidad de Nebrija, y Carmen Marta-Lazo, de la Universidad de Zaragoza, quienes se centran en las claves educomunicativas de la implementación intermetodológica de las Apps. De este modo, se parte del cambio de paradigma educativo a través de la integración de los dispositivos móviles en el ámbito de la educación formal, facilitando procesos de interacción más horizontales, dinámicos y abiertos en un entorno en el que se sustenta la creación de un "modelo de aprendizaje" enfocado a la creación de conocimiento en una red de comunidad móvil, flexible y ubicua, un espacio digital basado en las TRIC.

Siguiendo en el ámbito formativo, Alfonso Revilla Carrasco, de la Universidad de Zaragoza (España) presenta el texto que lleva por título "Mercado de la Educación; análisis de las competencias digitales en enseñanzas medias" en el que se analiza, de forma crítica, la mercantilización del conocimiento desarrollado en el planteamiento de las competencias de la ley educativa en España. El análisis se centra en las nueve competencias básicas, incluida la digital, derivando las conclusiones hacia los problemas educativos referidos a la identidad, la sociedad y el conocimiento.

Posteriormente, Lorena Laiglesia Maestre, doctora por la UNED, en su investigación “La infancia desde las mediaciones tecnológicas y producciones audiovisuales” analiza el proceso de relaciones y mediaciones que se produce en la realización de obras audiovisuales por parte de los niños. A través del trabajo con grupos de escolares que producen contenidos y otros que solo los visionan, comprueba las diferencias existentes en el grado de competencia audiovisual que consiguen los niños tras el proceso de creación frente a los meramente observadores. De este modo, plantea que quienes llegan a producir y realizar contenidos audiovisuales adquieren actitudes críticas frente a los mensajes, además de conocimientos tecnológicos, de lenguaje audiovisual y de programación televisiva.

El próximo artículo elaborado por Rosalba Mancinas-Chávez, de la Universidad de Sevilla (España) y Luis M. Romero-Rodríguez e Ignacio Aguaded, de la Universidad de Huelva, profundiza en los “Problemas de la divulgación de las investigaciones en Comunicación en revistas de alto impacto en español”. Las deficiencias de estas publicaciones, según manifiestan los citados autores, se deben a la escasez de revistas existentes en esta área y al poco apoyo que reciben de los organismos oficiales. La voluntad y buena predisposición de los equipos científicos y editores son las principales razones por las que este tipo de publicaciones, que no cuentan con ayudas institucionales, salgan adelante y se vayan asentando dentro del reducido número existente. Mediante la realización de entrevistas a investigadores y editores, llegan a definir una serie de propuestas de actuación para fomentar este tipo de revistas de naturaleza científica y de alto nivel de impacto en el área de Comunicación.

A continuación, Ana Bellón Rodríguez y Xosé López García, de la Universidad de Santiago de Compostela analizan el estado de la cuestión del “Impacto de la crisis en la prensa de distribución gratuita en España”. A partir de los orígenes, los antecedentes y las principales cabeceras en América, Asia y Europa, se centran en España como uno de los países en

los que más éxito había tenido el sector y, posteriormente, uno de los más afectados por la pérdida de inversiones publicitarias. Mediante un análisis exploratorio-descriptivo, examinan la evolución de cuatro cabeceras que en su día fueron destacadas -Metro, 20 minutos, Qué! y ADN- y exponen su situación actual, la mayoría de ellas desaparecidas.

En la siguiente contribución, José Lino Carrillo Villalobos y Jorge Abelardo Cortés Montalvo, de la Universidad Autónoma de Chihuahua (México), recogen las “Secuencias didácticas con realidad virtual en el área de Geometría en Educación Básica”, donde plantean un estado de la cuestión de las aplicaciones y usos de la realidad virtual en el campo educativo. El estudio de caso que examinan tiene como propósito que los escolares comprendan la relación existente entre las figuras geométricas y el entorno del aula o de su casa, donde se pueden encontrar similitudes con objetos reales. Los autores se centran en la importancia de la Competencia Digital para lograr este objetivo, con el fin de favorecer la comprensión y expresión de los conceptos manejados, así como el desarrollo de la Tecno-competencia.

El próximo artículo trata de “Buenas prácticas del uso profesional de Twitter por los docentes de inglés”. Las autoras, Inés Del Valle Requena, doctoranda de la UNED, y Patricia González Aldea, profesora de la Universidad Carlos III de Madrid, analizan, mediante la etnografía virtual, de qué forma contribuye la citada red social en el buen desempeño, como herramienta de capacitación para la mejora profesional en la construcción de su entorno personal y relacional de aprendizaje de los profesores, mediante el cual crean redes de aprendizaje colaborativo, de forma co-partícipe. Como interesante aportación, incluyen un decálogo de buenas prácticas para optimizar la participación de los docentes en el “claustro virtual” a través de Twitter.

“Lindando con la Gestión Patrimonial y la Innovación Cultural” escrito por Samuel Hurtado Salazar, de la Universidad Central de Venezuela, en el que se presenta un estado de la cuestión referente a los modelos de

gestión patrimonial. El autor fundamenta de qué modo la subjetividad gestinaria reviste una competencia, que solucionará problemas desde un posible planteamiento cultural a partir de su acción social. Como estudio de caso se analiza la gestión de la Fundación de Etnomusicología y Folklor de Caracas (Venezuela) y se denuncia como la institución presenta una información caótica sobre el depósito de los objetos culturales recolectados, en espera de una innovación cultural de antropología aplicada.

Concluye la sección con la "Mirada a distancia: La crítica cinematográfica argentina revisa los films mexicanos (1930-1960)" de Javier Campo, quien revela y analiza las críticas y notas de prensa sobre los estrenos de films mexicanos en la Argentina durante la "época de oro", de los treinta a los cincuenta del siglo veinte.