



# Presentación

---

En la segunda década del siglo XXI nadie discute la importancia de los medios de comunicación en la sociedad actual. Nos encontramos inmersos en una sociedad mediática y mediatizada de tal forma que nuestra capacidad cognitiva de la realidad y nuestra escala de valores son subsidiarias de los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. Es en este contexto en el que aparece esta segunda edición de Communication Papers, con vocación de aportar los trabajos de los investigadores que participan en ésta, que ofrecen, naturalmente, una visión holística del tema Educación y medios de comunicación.

Porque hoy en día, cualquier programa de alfabetización mediática que se preste de ser coherente y necesario, deberá comprender la necesidad de formar en el pensamiento crítico frente a la multiplicidad de mensajes que se reciben y con los que se interactúa de los medios de comunicación. Manuel Castells (2000) señala que existe “un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a las tecnologías de la información y de la comunicación” que conlleva necesidades distintas de alfabetización, relacionadas con las nuevas tecnologías y con las tecnologías digitales y, por lo tanto, con las transformaciones económicas y sociales que éstas conllevan. De ahí que las tecnologías digitales estén transformando el ecosistema mediático de forma que la educación mediática se ha enriquecido con conceptos como alfabetización “digital”, “ciber-alfabetización”, “alfabetización en internet” o “alfabetización en red” referida al dominio de los medios hipertexto, al conocimiento del alcance de las redes sociales y al impacto económico y social de Internet.

El reconocimiento de la naturaleza social y colaborativa de estas nuevas formas de leer y escribir el mundo, permiten la creación e interpretación de textos existentes en contextos sociales variados, condicionados por sus propias realidades, en donde no sólo se requieren destrezas o habilidades específicas para conocer el mundo a través de las tecnologías, sino saber leerlo con nuevos ojos, valores y actitudes.

A tenor de todo lo dicho, significamos muy positivamente el aporte investigador de Jorge Gallardo que en su Descripción cuantitativa y cualitativa del espectador de vídeos en Youtube España, analiza el perfil del espectador de vídeos en Internet desde un prisma cuantitativo y cualitativo. El artículo se centra en el caso de Youtube España y recopila las investigaciones con la finalidad de aportar una descripción del usuario de la que es la mayor red social de vídeos. La vertiente cualitativa permitirá conocer datos relevantes además del sexo o la edad de los usuarios y concluye con el acierto de que el usuario de Youtube importa a la red los mismos gustos y formas de consumo que adopta ante las industrias culturales tradicionales.

Por su parte, las investigadoras Encarnación Bas Peña y Margarita Barron nos ofrecen en su inclusión educativa de colectivos desfavorecidos una visión distinta y valiosa de las percepciones del profesorado y del alumnado respecto a la igualdad y la violencia de género, y las medidas más utilizadas para promover la igualdad y prevenir la violencia de género. Los resultados muestran un escaso conocimiento sobre las leyes argentinas referidas a equidad de género y prevención de la violencia de género, cuestiones no tratadas habitualmente en estos centros educativos. Gracias a la inestimable investigación llevada a cabo por Aline Martins y Carme Ferré, conocemos el tratamiento de la familia homoparental (de progenitores del mismo sexo) en las series de ficción de las televisiones de Brasil y España. Las conclusiones apuntan la

tendencia de estas obras a evitar el estereotipo homosexual, rompiendo con el contrato heteronormativo. Debemos a Marisa Torres da Silva su interesante estudio sobre la participación de las mujeres en la última campaña presidencial de Brasil en el que pone de manifiesto que Internet encierra posibilidades inequívocas del público para la comunicación y el debate, mediante la creación de nuevos espacios para la expresión y participación política. Su estudio apunta que desde una perspectiva de género, la participación de las mujeres en debates en línea es cada vez más relevante para el conocimiento de la realidad de Internet en lo que al género se refiere. Cabe destacar, por último, el estudio de la investigadora Susana Wicheels A mitificação da sexualidade nos média, en el que investiga cómo el discurso de las revistas para mujeres asocia la identidad de la mujer portuguesa a la belleza física y sensual. Sus conclusiones no por previsible, son menos sorprendentes.

No podemos cerrar esta presentación sin hacer referencia al monográfico que acompaña esta edición de *Communication papers*, coordinado por J. Ignacio Aguaded-Gómez, editor de la revista *Comunicar*. Huelga glosar la figura del prestigioso catedrático cuya presencia pone en valor, sin duda, la presente edición. El mencionado monográfico está integrado por cuatro artículos cuyos autores, de reconocido prestigio en el ámbito de la educación mediática, glosa el coordinador a continuación de estas líneas. Simplemente quiero finalizar expresando nuestro agradecimiento por tener la oportunidad de compartir vuestras investigaciones y experiencias científicas.

Carmen Echazarreta Soler  
Editora *Communication Papers*