

## ••• RESEÑA •••

### **Agentes e vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha**

Iliana Eleá (Editor)

*Nordicom, University of Gothenburg (Suecia), 2014, 292 páginas*

Marta Pérez Escolar, **Universidad Católica San Antonio de Murcia**  
[mperez726@ucam.edu](mailto:mperez726@ucam.edu)

Recibido: 20/11/2014 • Aceptado: 02/12/2014 • Publicado: 30/12/2014

Los menores conforman el sector más frágil de la sociedad; son individuos sugestionables y dúctiles que construyen su identidad según las influencias y el conocimiento que reciben de su alrededor. En este sentido, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías constituyen una oportunidad única para entretener, educar y enseñar a los menores. Sin embargo, el consumo imprudente e irracional de Internet y *media* también puede afectar negativamente a la formación de los más jóvenes. La multiplicidad de debates científicos sobre comunicación y menores demuestra la preocupación y el desconcierto que versa sobre este tema.

Por ello, *Agentes e vozes* se presenta con el propósito crítico de juzgar y analizar la mala praxis de los medios de comunicación y reflexiona sobre la vulnerabilidad de los jóvenes cuando participan e interactúan en el espacio virtual. Esta antología propone un marco cognitivo desde el que entender la responsabilidad que adquieren los núcleos familiares y de enseñanza en la protección del menor e incide en las consecuencias de

exponer a los más jóvenes a contenidos perniciosos para su educación y para la construcción social del *self*.

A pesar de que Brasil, Portugal y España conforman realidades muy distintas, *Agentes e voces* recoge las percepciones y experiencias de diversos investigadores sobre la comunicación mediática y la educación. Los autores que colaboran en este compendio científico no solo pretenden intercambiar estrategias y confrontar sus estudios, sino que también intentan aportar su propia visión sobre los retos a los que debe enfrentarse la sociedad en cada contexto. La obra está dividida en tres grandes bloques que corresponden a los tres países que son objeto de estudio del libro: Brasil, Portugal y España. A su vez, cada bloque se divide en tres epígrafes comunes: ‘Niños, jóvenes y medios de comunicación’, ‘Educación en medios: políticas públicas, propuestas curriculares y formación de profesores’ y ‘Panorama de prácticas en España’.

El primer apartado del modelo español, ‘Niños, jóvenes y medios de comunicación’, comienza con el artículo de Ana Isabel Bernal Triviño y Josep Lobera Serrano “sobre la convergencia de la tecnología en la vida familiar, social y educativa de los jóvenes” (p.216). Según estos investigadores, la revolución digital ha permitido que las administraciones educativas comiencen a utilizar las redes sociales como herramienta de enseñanza complementaria en escuelas, institutos y universidades.

Jordi Sánchez Navarro, Daniel Aranda Juárez y Silvia Martínez Martínez introducen el segundo artículo de esta recopilación. En él argumentan que existe una jerarquía de medios cuya estructura depende de los intereses de los más jóvenes y reflexionan sobre las alfabetizaciones emergentes en el nuevo entorno online, mediático y lúdico. En este contexto, los autores proponen el concepto de *ludoliteracy* como término que representa “la tendencia actual de la sociedad digital hacia lo lúdico, ya sea en forma de juego ubicuo a través de dispositivos móviles, ya sea a la *gamificación* creciente del arte, el marketing o las redes sociales” (p.223).

Este bloque culmina con el capítulo de M<sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez y Paloma Contreras Pulido sobre competencias mediáticas en la educación primaria y secundaria; para estas investigadoras, el futuro de la educación mediática debe centrarse en disciplinas como la producción y programación, recepción y audiencia, ideología y valores estéticos, pues son ámbitos en los que el alumnado demuestra tener una menor competencia.

El siguiente apartado del libro, ‘Educación en medios: políticas públicas, propuestas curriculares y formación de profesores’, empieza con un artículo de Ignacio Aguaded y

Águeda Delgado sobre políticas europeas para la educación y competencia mediática. Por otro lado, el capítulo de José Manuel Pérez Tornero y Mireia Pi se presenta como un estudio reflexivo sobre la educación en medios en el actual escenario de crisis. Según los autores, la “educación en medios, la formación del profesorado y el acceso a tecnologías y servicios digitales son tres pilares de la educación en medios sobre los que la crisis ha impactado de un modo significativo” (p.254) y argumentan que estos campos se enfrentan a un horizonte incierto y desconcertante “que solo se hará más claro con el paso del tiempo” (p.255).

Por último, esta antología concluye con el epígrafe final titulado ‘Panorama de prácticas en España’. Rosa García Ruíz y Vincent Gozávez Pérez abren este último bloque con un artículo que expone la situación de la educación mediática en España y propone un código de buenas prácticas para mitigar los problemas que se encuentran en este campo.

A continuación, Joan Ferrés Prats, María José Masanet y Saúl Blanco presentan un estudio que identifica las carencias en la competencia mediática de la ciudadanía española. Basándose en los resultados obtenidos, estos investigadores defienden que es necesario incorporar la educación mediática en los planes de estudio de las universidades para solventar las lagunas cognitivas de los estudiantes.

El siguiente artículo, escrito por Irene Melgarejo Moreno y M<sup>a</sup> del Mar Rodríguez Rosell, aborda la alfabetización mediática y aporta una visión práctica sobre cómo la radio puede convertirse en una herramienta de educación mediática en las aulas.

En última instancia, Alejandro Buitrago Alonso, Eva Navarro Martínez y Agustín García Matillas apuestan por reflejar una experiencia pionera de educación mediática en la universidad española, cuya finalidad es fomentar la creatividad de los jóvenes.

Como se puede comprobar, la finalidad de *Agentes e voces* no es criticar o denunciar conductas reprochables, sino que se enfoca desde una perspectiva más racional y se presenta como una antología que tiene el objetivo educar a los medios de comunicación, mejorar la educación mediática y potenciar las competencias de los menores y jóvenes en la nueva era digital.