

Editorial

Educomunicación en el siglo XXI



**Ing. Verónica Baquerizo Álava., Mgtr.
Decana Facultad de Marketing y
Comunicación ECOTEC | Estudios
Globales y Hospitalidad. Presiden-
ta en Captur Samborondón.**

La educomunicación es un campo de estudios teórico-práctico que conecta dos disciplinas: la educación y la comunicación. Tras el interés e impulso inicial de los años 70 y 80, la educomunicación se convierte en un campo de estudios heterogéneo y plural. Por ello, tras un breve recorrido histórico por los hitos más significativos que han fundamentado la educomunicación, nuestros docentes y estudiantes exponen las definiciones elaboradas en los últimos años para explicitar, a continuación, en sus estudios e investigaciones, las características de los dos enfoques principales. Una vez contextualizado el estado del arte, se profundiza en el carácter dialógico de la que, para la Facultad de Marketing y Comunicación, sería la verdadera Educomunicación.

En un contexto histórico de grandes cambios, como al que asistimos actualmente, podemos pensar sobre cuál es el futuro inmediato de las sociedades humanas, qué es lo que está pasando en un mundo cuyos problemas ahora tienen otra naturaleza, cuál es el significado de los nuevos acontecimientos; pero sobre todo vale preguntarse: ¿Qué tiene que enseñarse en lo adelante desde la Facultad de Marketing y Comunicación? Y ¿Cuál es el rol de los encargados de la educación para las presentes y futuras generaciones?

Estos cuestionamientos conducen a pensar que desde la educación y la comunicación también tiene que producirse una gestión de cambios, que oriente ahora la capacidad para mirar el mundo en una época de desconciertos e incertidumbre, sobre todo cuando la educomunicación y el Marketing se presentan con el afán de introducir importantes transformaciones en el siglo XXI. Para ello hay que activar nuevos conocimientos y esquemas de pensamiento para despertar la conciencia en los procesos reflexivos, comunicativos y educativos, con el propósito de comprender en la inmediatez aquello que afectará la dinámica del mundo en los tiempos por venir.

En este sentido, el rol del gestor los educadores y comunicadores en su praxis toma un carácter fundamental como punto de partida para asumir el reto y decidir sobre las mejores opciones en el giro transformacional de la educomunicación en el contexto universitario de la Facultad de Marketing y Comunicación, en la Universidad Tecnológica Ecotec. Esto implica un cambio profundo, no solo en su saber y en su hacer, sino en ese compromiso por desarrollar nuevas formas de pensar la comunicación, el marketing y la educación en medio de la complejidad que lo circunda, para ello tendrá que empezar a sistematizar las experiencias que desarrolla, reflexionar sobre estos hechos y desarrollar conciencia por la necesidad de generar los cambios idóneos, construir un nuevo saber pedagógico, educativo y comunicativo y viabilizarlo a través de la práctica docente incidiendo en la producción académicas y científica de docentes y estudiantes, precisamente este es el reto que perseguimos con la presente Edición Especial donde aparecen investigaciones de profesores y discentes de las área de Humanística, Comunicación y Marketing.

La educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación. Es también conocida como educación en materia de comunicación, didáctica de los medios, comunicación educativa, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, en el contexto iberoamericano, y media literacy o media education, en el contexto anglosajón. Como veremos más adelante, estas denominaciones pueden englobarse en dos corrientes principales, cada una de ellas caracterizada por una concepción educativa y comunicativa específica.

Gestionar la educación y la comunicación en incertidumbre es una habilidad que tendrá que ser desarrollada por todos en el proceso de enseñanza y aprendizaje, pues ya no se trata de transmitir información para producir conocimiento, sino de darle sentido a esa información, discernir entre información real y la irreal, pero sobre todo aprender a mirar el mundo y su dinámica, aunque para ello no se tenga más tiempo que el ahora y como única certeza el cambio y la discontinuidad de los acontecimientos.