

Carmelo MÁRQUEZ-DOMÍNGUEZ

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Ecuador. camarquez@pucesi.edu.ec

Yalíza-Therly RAMOS-GIL

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Ecuador. ytramos@pucesi.edu.ec

Bryan-Patricio MORENO-GUDIÑO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Ecuador. bpmoreno@pucesi.edu.ec

La generación *millennial* se identifica con 'la pera del olmo'

The millennial generation is identified with 'la pera del olmo' (reach for the moon)

Resumen

Desde una proyección hipotética, los lineamientos tradicionales parecerían estar desligados de la bipartita identidad socio-digital contemporánea. Sin embargo, el sujeto *millennial* fue descubierto en la resignificación de contenidos desde un proceso de revalorización de los media impresos en el ecosistema universitario. Un fenómeno de estudio que cumple con el rigor metódico científico y que emerge en la experiencia sistematizada para constituirse como la nueva gramática de reproducción de mensajes selectivos de la ciudadanía hiperconectada. Se trata de un proyecto que involucró a un centenar de personas interesadas en matizar la función educomunicacional y el estado de arte del periodismo en esta era del conocimiento. Si bien los escenarios de consumo han evolucionado, la particularidad de las audiencias todavía se concentra en una pretensión por los relatos y su consecuente apropiación. Para descubrirlo, fue preciso el abordaje de fondo desde una visión sistémica de las esferas analógica y digital. En esta investigación, la revista, bautizada por el lozano talento educativo como La Pera del Olmo, estimuló los capitales fragmentados de la compleja célula prosumidora, al tiempo que se institucionalizó como un foro transdisciplinario de la diversidad ideológica y multicultural. Sin duda, un espacio mediático de auténtico reconocimiento, identificación y reconquista.

Palabras clave

Educomunicación; periodismo; universidad; jóvenes; cultura digital

Abstract

From a hypothetical projection, traditional guidelines appear to be detached from the bipartite socio-digital contemporary identity. However, the subject millennial was discovered in the re-signification of content from a process of revaluation of the printed media in the University ecosystem. This is a phenomenon of study which meets scientific methodical rigour and which emerges in the systematised experience to be established as the new grammar of selective messages' reproduction of the super-connected citizenship. This project involved a hundred people interested in nuancing the educommunication function and the state of the art of journalism in this age of knowledge. Although consumption scenarios have evolved, the particularity of the hearings continues to be concentrated in the pretension of the stories and their consequent appropriation. To reveal it, it was necessary to approach it from a systemic view of the analogue and digital spheres. In this research, the magazine, named by young educational talent as La Pera del Olmo, stimulated the fragmented capital of the complex prosumer cell, and was simultaneously institutionalised as a transdisciplinary forum for ideological and multicultural diversity. Without doubt, a medium of real recognition, identification and reconquest space.

Keywords

Educommunication; journalism; university; young people; digital culture

1. Introducción

A través del símbolo (característico del siglo XXI) más que de la metáfora (recurso propio en el XX), la pedagogía libertaria bien puede proyectarse en la pera como ese fruto ilegítimo del olmo. Contradicción rebelde y argumentada ante un discurso apropiado y mutilado desde el que, indudablemente, se ha inferido cierta incompreensión hacia los distinguidos *millennials*. La educación universitaria en esta era de consumo digital debe proponer, de esta forma, una gestión integral del aprendizaje que supere los causales tradicionales y se conecte a una derivación de procesos entre la comunicación, la educación (transdisciplinariedad), la nueva economía (digital y global) y la sistematización algorítmica del conocimiento. Es decir, en ningún caso tiene que tratarse de una postura supeditada exclusivamente a las herramientas informáticas, sino también a la activación oportuna de las jóvenes mentes *multitasking* a través de la reflexión deconstructiva, de la orientación de la consciencia histórica-social, de la percepción y del pensamiento estratégico-productivo.

En este propósito, se desprende el cuadrinomio fundado en conceptos clave como la creatividad, calidad, distinción e innovación. Un escenario educativo de producción y reproducción de discursos autodirigidos (cultura del estímulo) y multidimensionales, taxativo de una "sociedad en red que busca formas de organización más flexibles, horizontales y eficientes" (Marcelo, 2013: 25). La premisa, entonces, se distribuye en un sentido de conformación significativa de las ideas a partir de un sujeto –de cambio– que confiere una identidad sensitiva y valorativa a la ciencia. "El origen de la palabra tecnología se encuentra en la antigüedad helénica: *techné*; palabra que paradójicamente significa arte" (Montagu; Pimentel; Groisman, 2004: 77). Es esta metamorfosis educativa que se enfrenta a una concentración y centralización del conocimiento, respecto a un gen social media de interacción, consumo y aprendizaje en red denominado como *millennials* y *centennials*.

Con base en esta misma forma, Orihuela (2002) determina con notable acierto que el usuario-consumidor –que es, a fin de cuentas, un gestor hiperinformado e hiperconectado– actúa como el núcleo del sistema educomunicacional en el que se desplazan las industrias culturales y creativas. Estas personas, con capacidades creadoras transmedia, representarán, en poco menos de un decenio, el 75% del conglomerado laboral mundial (Deloitte, 2014); y, mientras tanto, circunstancialmente en la actualidad conviven en un contexto de dificultades y desvalorización de una lógica de expansión transformadora. Se trata de comunidades –con vocación omnipresente– que exigen un acompañamiento técnico-funcional y reflexivo del pedagogo.

La cultura del siglo XXI es intangible, inaprensible, variable, intercambiable, interactiva, de consumo inmediato, en permanente transformación: es decir, líquida. Frente a la solidez de las certezas de la cultura decimonónica –vehiculada a través de soportes físicos estables como el papel– el presente digital nos ha traído un tiempo de relativismo y mutabilidad del conocimiento, de modas efímeras de las ideas, valores y costumbres, de cambio permanente, de permisividad de las diferencias, de incertidumbre sobre el futuro mediato. En definitiva, todo es más complejo, multivariado y multimodal (Area; Borrás; San Nicolás, 2015: 22).

Por lógica, el (macro)sistema educativo contemporáneo no debe sino alimentarse de elementos como la competitividad y el emprendimiento productivo a fin de reconducir la capacidad actitudinal de los educandos y, de este modo, reducir la brecha de inadaptación de la información a la agitada evolución digital en un sentido de aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramientas de acceso, organización, creación, difusión de contenidos pero, sobre todo, conocimiento. Un auténtico cambio de paradigma que se descubre –más allá de las pantallas– en las emociones y se complementa con los nuevos códigos expresivos y perfiles de conducta.

Seres con identidad generacional para responder a las exigencias del sistema sociopolítico mercantil actual y con amplitud de miras para reconfigurar dichos escenarios. "La cultura de la innovación no es simplemente cuestión de «conocer» y de apreciar el conocimiento, sino también de asumir la importancia de la transformación del conocimiento en valor" (Cotec, 2014: 14). Para ello, se encuentra tan necesitada una configuración del conocimiento plurimedia, como unas aulas libres, abiertas y "desintermediadas". Una codificación de la enseñanza polivalente opuesta a incubadoras de formación meramente técnica.

Y es que la convivencia anacrónica del educador suscita, hoy por hoy, una relación de acciones preventivas respecto a dichas metodologías que dificultan la adaptación del receptor al medio. En la praxis, no existen conductas negativas y resistentes, sino técnicas, estrategias y programas defectuosos que no concuerdan con la realidad global de las aulas. Más aún, la alfabetización digital se enriquece

de la diversidad y las diferencias específicas para resistir a las normas establecidas por los esquemas lineales. En esencia, no hay una ruptura entre lo analógico y lo digital. Se trata de un mismo ecosistema.

En la situación actual, determinada por descargas de actualización informática y convergencia tecnológica, es fundamental que en los espacios educativos se revaloricen los soportes mediáticos en busca de ese proceso de readaptación de las experiencias y formas tradicionales del relato educacional hacia una arquitectura digital-interactiva de datos personalizados para ciudadanos hiperconectados, lo que tiene que ser aprovechado por las industrias culturales con el objeto de lograr determinados resultados que pueden materializarse en una multiplicidad y diversidad de temáticas enriquecidas, en géneros periodísticos híbridos, en esquemas extravagantes e icónicos, en originales y artísticos sistemas de diseño digital, en una multicultural guerrilla por la tolerancia y el respeto..., que deben introducirse a través de "un carácter informal y desenfadado" (Comunicar.es, 2017).

Así, pues, la neófito revista juvenil "La Pera del Olmo" (disruptivo y alternativo producto periodístico local de San Miguel de Ibarra, resultado de una experiencia educacional universitaria) es apenas la punta del iceberg. De hecho, la base se fundamenta en la renovación de las prácticas sociales hacia una cultura de educación y talento 4.0. Dicha revista fue instituida (línea editorial) desde la noción de la interacción entre iguales (sin grandes títulos de "docentes" y "estudiantes") para traducirse en una experiencia investigativa y un laboratorio de experimentación social a partir de un contenido multidimensional desarrollado por *millennials* para otros *millennials*, que es lo que constituye la gramática del ecosistema digital actual, cuya estructura se define en la interpretación significativa de las ideas de los demás. Es decir, una formación integral de ciudadanos –de la nueva era– con identidad social y digital conscientes de su mundo y capaces de desenvolverse en él.

1.1. La construcción de una ciudadanía *millennial* desde la universidad

La codificación de una ciudadanía *millennial* carece de un auténtico certificado de identificación. La disparidad que sustenta este fenómeno se enriquece constantemente de un proceso de institución tecnosocial capaz de alterar la mecánica ecosistémica de la –inconsistente– interpretación de la realidad. Un ineludible desencadenamiento de las arterias divisorias que condicionan la reconfiguración de actividades respecto a la intervención y las competencias del "nuevo" ser; la corrección de un paradigma lineal hacia una legítima participación distinguida por la apropiación de un conocimiento provechoso y trascendental, cuya correspondencia analítica se suspende desde una arquitectura vigorosamente cimentada en la educación.

Se trata, de hecho, de un contexto de alfabetización para la revalorización de los derechos de una especie que cohabita en un ecosistema sin precedentes en la historia. Algo que se evidencia con más notoriedad en el hábitat universitario del cual se desprende el sentido de colectividad. Concretamente, este estado emergente se traduce –en términos pragmáticos– como la gestión de mentes emancipadas de los causales tradicionales. En esta perspectiva, el discurso de Area, Borrás y San Nicolás (2015: 30) está sustentado en una formación de "adolescentes y jóvenes como ciudadanos cultos, críticos y democráticos de la sociedad digital, de la información o del conocimiento".

Por su parte, esta fórmula pedagógica debe componerse de una relación directamente proporcional a la calidad de los métodos y programas de formación superior; procedimientos transdisciplinarios y desregulados para una agrupación todavía insegura de sí misma, empero con aspiraciones heterogéneas y proyectos selectivos. "Estos Jóvenes Z desean que les enseñen a aprender de por vida, pero en un escenario de creciente sobreinformación es necesario redefinir el concepto de alfabetización digital, así como la relación entre información y conocimiento" (Magallón, 2016: 42). En este caso, en particular, el principio aparece desde una desestabilización del orden para percibir a esta célula social "hiperconectada" (Lipovetsky, 2003).

La creación de estrategias pedagógicas y didácticas especialmente organizadas y orientadas al desarrollo de la creatividad, al igual que una adecuada capacitación del personal docente, la destinación de recursos económicos para la dotación de ambientes y consolidación de políticas educativas, todo en su conjunto, permitirá convertir la creatividad en un bien social accesible y disponible para cada uno de los ciudadanos comunes (Klimenko, 2008: 206).

En efecto, el desafío en las aulas –concebidas desde la intimidad de su esencia– está sistematizada en una dicotomía entre el capital humano-ético y mercantil-tecnológico, que se sintetiza en la adquisición de aprendizajes múltiples y productivos: ser para saber hacer. Esto, como resultado de un tratamiento meticuloso y aprovechamiento de las habilidades de una naturaleza emprendedora e interactiva. Sin

duda, esta actitud demanda una cultura de motivación e inspiración polivalente, como lo señaló Marcelo (2013: 30), "la innovación necesita de innovadores".

Más allá de los rasgos alegóricos de una conducta aislada e individualista, el modelo tecnopedagógico actual debe construirse desde la otredad. Un modelo opuesto a las propiedades exclusivamente informáticas de un entorno –contemporáneo– digitalizado y globalizado, es decir, el arquetipo de desarrollo colectivo y particularizado del talento sensitivo. Hoy en día, los estudiantes deben proyectar sus ideas para reducir aquella brecha valorativa que condiciona a sus receptores de un legítimo reconocimiento cívico-ciudadano. Concibiendo, además, la responsabilidad compartida en los diversos escenarios (informático y material) como garantía de equidad y democratización del conocimiento.

Y cómo obviar el rol esencial que ostentan hoy las omnipresentes nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la última generación (la "Z", la *millennial*, sucesora de la "Y" y predecesora de la "T" de "táctil", los centinelas) –como también para la recién llegada basada en los primeros jóvenes adultos nacidos en el siglo XXI–: los nuevos medios y los metamedios, última evidencia de la ecología mediática, son los portadores de sentido cotidiano y jurídico para los ciudadanos.

1.2. La educomunicación como vía de expresión para una generación incomprendida

Desleales, disconformes, exigentes, individualistas, narcisistas, perezosos... Y la lista continúa. Se trata de una generación incomprendida. Durante más de dos décadas, los *millennials* se han convertido en un elemento de reflexiones superficiales: el antagonista de un cuento de ficción. Un legado de argumentos que han acompañado el crecimiento sigiloso de una agrupación que, en la actualidad, alcanza el mayor peso demográfico mundial; representando –concretamente– el 30% de la población en el contexto latinoamericano (Gutiérrez-Rubí, 2016). En efecto, los líderes indisociables del futuro inmediato; el diamante en bruto más atractivo de nuestra célula social. Y, ciertamente, el eje temático substancial de las áreas formativo-culturales y tecnológico-comunicacionales en la contemporaneidad.

La educomunicación, entendida desde un sentido bipartito, la educación para y por la comunicación (Mantilla, 1997), constituye la pieza inherente del empoderamiento de los medios para una sociedad plenamente interactiva. Este maridaje entre el sentido propiamente humano y los sistemas de inteligencia artificial ha permitido comprender el complejo fenómeno metamórfico del ser, que se representa a través de una triangulación en cuyos vértices se recogen conceptos como el aprendizaje, la comunicación y la cultura. Esto, en un procedimiento invariable de universalización de la información (humanista y técnica) y la virtualización de datos por medio de las nuevas tecnologías, sin descuidar los mecanismos tradicionales, sino fortalecer su estructura primaria a través de la complementariedad de sistemas (Loyola, 2012). Un ecosistema categórico para la enseñanza y el aprendizaje de una generación poseedora de competencias y destrezas sin precedentes.

Entretanto, la pedagogía moderna debe construirse desde la concientización y apreciación del rol –insuperable– de los medios de comunicación para la transmisión, revalorización y confrontación del saber social, cultural y deontológico. Una cadena de generación de contenidos desde la reconfiguración valorativa y autocrítica de estudiantes y educadores en pleno ejercicio de sus derechos.

Es fundamental promover en ellos nuevas formas de expresión de ciudadanía a través de su ejercicio profesional como constructores de opinión pública, asumiendo un sentido de responsabilidad social, además de una actitud crítica y ética en relación con el ejercicio periodístico y la responsabilidad de este frente a la ciudadanía (Jordán; Behar; Buitrago; Castillo, 2017: 118).

Por tanto, "para interpretar este lenguaje, analizarlo críticamente y poder expresarse con él, se requiere el conocimiento de unas técnicas, habilidades y recursos" (Creus; Deó, 2008). En efecto, una metodología flexible y orientadora que amplíe las dimensiones del ser comunicativo y su entorno desde una óptica de análisis de las condiciones de emisión y recepción. Se trata, asimismo, de una confección del discurso social a partir de una serie de temáticas de impacto, direccionadas a audiencias múltiples interconectadas al tejido mediático.

El desconocimiento de la manera en que los jóvenes, en el marco de los cambios que ha experimentado la sociedad, negocian y reorganizan los significados propuestos por la cultura escolar y la institución en que reciben su formación, generaría una disonancia comunicativa entre los significados que la institución universitaria y sus estudiantes atribuyen al proceso de enseñanza aprendizaje, aspecto que incide directamente en los resultados de este último (Verdugo, 2007: 83).

Para el instintivo *millennial*, nada de esto es ajeno a su naturaleza. Como lo afirmó Menéndez y Sánchez (2013), se trata de un contacto natural y hasta experimental de los educandos respecto a sus herramientas de uso cotidiano en ambientes variados. La construcción de proyectos colectivos y multidimensionales que compensan esa constreñida ausencia del otro ser. Un escenario en el que sus partícipes priorizan los hechos de la vida cotidiana contemporánea –para algunos, insignificantes– pero con la plenitud de impulsar una transformación global.

Como se apuntaba: "desleales, disconformes, exigentes, individualistas, narcisistas, perezosos..." Y la lista puede continuar con "peras del olmo", en su voz inglesa *reach for the moon*, es decir, lo imposible. Todo esto como acepciones despectivas que, desde la universidad y a través de estrategias educacionales, pueden revertirse para reflejar rebeldía, identidad, pensamiento y carácter, precisamente lo que denuncian que no tienen.

1.3. Nuevos temas, géneros híbridos, periodismo renovado

Envueltos en el paradigma audiovisual como imperante e imponente realidad, la prensa se ha tornado como un instrumento infravalorado en lo que tiene de pedagógico y, a la vez, de dinámico. El texto es la "madre" de todos los problemas para las generaciones más lectoras de la historia, aunque con francas deficiencias en cuanto a la expresión escrita y literaria. La imagen parece ganar la batalla y lo audiovisual es toda la atmósfera deseada para los ciudadanos-avatares.

Sin embargo, la dificultad de lo textual presenta nuevas opciones bajo la necesidad de reinventarse. Una contingencia que tiene nuevos caminos; entre ellos, el digital. Se trata de asumir la desaparición de las prácticas tradicionales –en lo que respecta a lo rancio, a lo mecanicista, a lo reduccionista y a lo vicioso– de la prensa como medio de comunicación. Por supuesto que significaría un fracaso olvidar el trabajo periodístico clásico y todos sus logros y revoluciones. Pero, indudablemente, sería este el primer reto: aceptar que se hace necesario una adaptación estratégica a la realidad actual en todas sus vertientes, con el fin de hallar lo perdido, es decir, el poder social del texto. Para ello, la formación se presenta como un elemento *sine qua non* en la búsqueda de éxitos sensatos.

Por otro lado, la prensa presume de una característica que en el universo audiovisual se debilita. Se trata del medio que mejor sabe irradiar lo real y lo cotidiano de la vida, si bien existen perversiones de todo tipo tras el engranaje informativo de los periódicos. Por este motivo, no sólo leer prensa, sino hacerla resulta un instrumento educativo con presunción de excelentes resultados. Es ahí donde reside la capacidad formativa de la prensa: en representar el mejor reflejo de lo que está pasando, acercando al lector-ciudadano a la verdad, como ningún otro medio. Su función divulgativa, cultural y noticiosa hace que sea un medio de fácil uso para la formación por la obligada contextualización de los hechos, el lenguaje estándar y la proximidad (Ricoy, 2006).

Cabe recalcar que la actividad formativa como uno de los tres principios del periodismo, además, no termina de ocupar el lugar que merece para con la audiencia. El entretenimiento (primero) y la información (después) se antojan más relevantes para las industrias informativas. Es, por ello, que dichas estrategias educacionales van ganando emergencia en la construcción democrática de la sociedad, a la par que otorgaría fuerza a unos medios impresos de constantes y diversas crisis.

Para ello, la búsqueda de aire fresco se asoma como la eterna solución. Hay que acercar(se) a los objetos y los sujetos que han ido alejándose por una u otra razón. Novedosos contenidos y contenidos. Un periodismo renovado de "cabo a rabo" con propuestas que "emerjan nuevos sentidos y significados para generar así nuevas interpretaciones, comprensiones y apropiaciones de la prensa en los contextos actuales" (Montoya; Zuluaga, 2014: 34).

Así, pues, del paradigma proteccionista y paternalista de la educación en medios en la década de los sesenta del siglo pasado; de la promoción del pensamiento crítico en las aulas en los setenta; y de la carga tecnologicista en los ochenta; se llega al siglo XXI con la denominada pedagogía mediática (García-Leguzamón, 2010: 290-291), "orientada a la acción, que formula explícitamente como objetivo educar en un trato activo y creativo con todo tipo de tecnologías informativas y comunicativas, y a partir del cual ha elaborado un concepto explícito de competencia mediática". Por su parte, es esencial indicar otro término similar pero distinto: la pedagogía de la comunicación:

Campo que vincula la educación, la tecnología y la comunicación y sus medios, desde una perspectiva interdisciplinaria e implica una potenciación de la educación en cuanto a su carácter comunicativo y en cuanto a la utilización o aprovechamiento de los medios y, al mismo

tiempo, una potenciación y perfeccionamiento de los medios, en cuanto a su dimensión cultural y formativa (Sansivens, 1988).

En la misma dinámica, no puede olvidarse el concepto de "enfoque transversal" (Bernabeu, 1997: 77) de la educación en comunicación cuyos fines son lograr una educación más integral, así choque justamente con la realidad, donde la experiencia (a través de los medios y de la comunicación) toma un papel protagónico clave en los resultados que se esperan obtener, los mismos que se materializan en temas polémicos –cuando no deberían serlo– como la ausencia de talante frente al ecologismo, al feminismo, a las drogas, al heteropatriarcado, al sexo y, en definitiva, a la crítica, puesto que "constituyen una respuesta del Sistema Educativo a las necesidades de la sociedad".

Trabajando en esta vía, a través de un medio de comunicación impreso como puede ser una revista, se pondrá en la mesa de debate todo tipo de valores desde una perspectiva crítica hacia la sociedad, pues se está reconociendo (denunciando) situaciones conflictivas e injustas, intercambiando experiencias y opiniones y fomentando un cambio de actitudes y de vínculos ante la sociedad (Bernabeu, 1997: 77).

En este objetivo, tal y como señala Bernabeu, resulta principal un consenso con los docentes, una nueva metodología que redefina los roles de éstos y de los estudiantes, una conversión del aula en un espacio de investigación, producción y reflexión y, por último, una realidad de participación que no se quede dentro de las cuatro paredes de la clase.

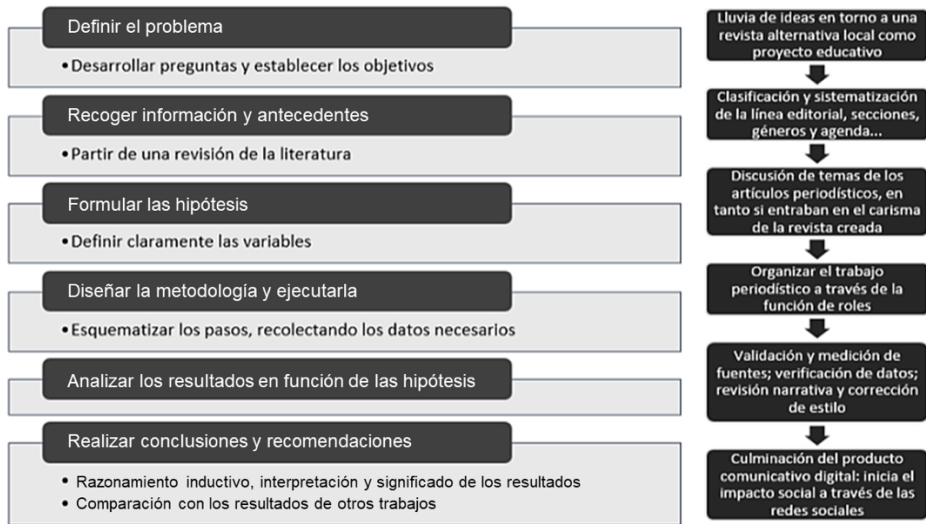
Muchas soluciones epistémicas que verdaderamente auxilian en un contexto complicado también en la educación; más en la formación en comunicación. Con esta ayuda, el estudiante comprende que hay otros modos de hacer periodismo y no sólo el tradicional e industrial, aburrido y gris. Y la clave, por si pasa por alto, se encuentra en el verbo "hacer". El periodismo, de este modo, se practica para no exclusivamente teorizarse. "No se trata de editar una revista del centro, planteada de manera vertical desde el equipo directo, sino de un periódico hecho por los alumnos y dirigido a" toda la comunidad social y educativa (Pérez, 2000: 105). Esto es, el éxito ni va ni viene por la senda de la acumulación de información –sin apenas conocimiento–, sino por la producción de éste, superando la falta de participación, el conformismo y lo que Mario Kaplún (1998: 162) llamaba "el aislamiento comunicativo": "los estudiantes son educados en y para el silencio".

2. Metodología

Según la FAO (2013: 3), "usar metodologías participativas para asegurar la participación efectiva de los interesados" consentirá cotejar y comprobar los datos y la información obtenida a lo largo de las diferentes etapas de estudio. El parámetro de medición de conocimiento de los estudiantes de la asignatura de Géneros Periodísticos (de la Escuela de Comunicación Social, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra) capta la organización no lineal de la participación de los educandos en los procesos de un aprendizaje flexible, abierto, interdisciplinario, transversal y complejo.

Por su parte, los pasos del método científico apreciado en esta investigación (gráfico 1) parten de un plan colaborativo que abarcó un objetivo general y múltiples objetivos específicos y que delimitaba el objeto de estudio y definía el procedimiento a seguir. Para este paso, se consolidaron unas mesas de trabajo durante cuatro horas semanales en una frecuencia de dos días por semana, resumida académicamente en 240 minutos hebdomadarios de trabajo de docencia durante un semestre. En síntesis, la metodología participativa –propuesta por la FAO a través del método científico– fue abordada a través de la sistematización de la experiencia promulgada por Holliday (2012).

Figura 1: Pasos del método científico aplicado a la asignatura Géneros Periodísticos



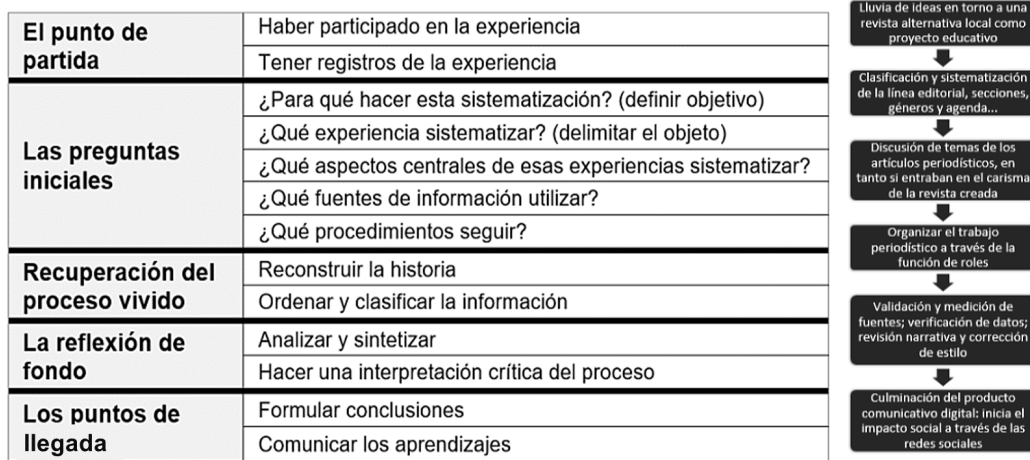
Fuente: Johnson, G.L. (2009), con modificación propia.

El objetivo general fue enseñar los beneficios de la participación a través de la discusión y análisis de temas sociales, culturales, económicos y políticos que influyen en los contextos locales, nacionales e internacionales desde el pensamiento crítico, clasificando el contenido surgido en las mesas de trabajo, talleres y grupos focales, mediante una línea editorial del producto comunicacional.

La hipótesis partió de la problemática de crear un espacio de participación que permita a los jóvenes actuar con objetivos comunes para tomar decisiones sobre, por ejemplo, los derechos humanos, la ecología y el feminismo. A partir de esta interrogante, quedó claro que la clave del trabajo se orientaba en conocer la posibilidad de tratar temas controversiales que cohesionan a un grupo de estudiantes a la participación crítica de temas alternativos, locales y de interés público. Para ello, fue necesario delimitar el tema desde el punto de vista espacial y temporal. En el caso de la delimitación espacial, fue circunscrita a los espacios de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, específicamente en la Escuela de Comunicación Social. Y en el proceso temporal, a un período académico semestral, desde marzo hasta agosto de 2017. Se consideró que la experiencia de un semestre sería suficiente para sistematizar, organizar, clasificar, ordenar y, finalmente, publicar.

El diseño metódico de la sistematización de la experiencia se cruzó de manera mixta con el método científico fundamentado por dos guías metodológicas elaboradas en dos instituciones (Food and Agriculture Organization y Fundación Charles Darwin) que trabajan con el rigor científico y parámetros de medición a través de la experiencia. Y es en el gráfico 2 donde pueden observarse los pasos metodológicos de la sistematización de la experiencia Holliday (2012).

Figura 2: ¿Cómo sistematizar una propuesta metodológica en cinco pasos?



Fuente: Holliday (2012), con modificación propia.

Es importante destacar que la descripción del gráfico 1 no representa la simpleza de una práctica de campo o de un registro de datos de experiencia colectiva, sino que ostenta el rigor científico. La metodología quiere enfatizar las percepciones, los imaginarios y las representaciones sociales dentro de un aula con una muestra considerable y representativa de veinticinco personas (entre estudiantes y docentes) que conformaron los más de cien involucrados en total, lo que llevó a planificar la sistematización desde el principio y a lo largo de las diferentes etapas del proceso vivido, midiendo cronológicamente las dimensiones cerradas de la participación y los apoyos externos con el fin de coordinar la metodología, organizar la información, profundizar en temas de reflexión y elaborar los productos comunicativos.

Lo importante de este método es principalmente que, en ningún caso, estos apoyos podrán "sustituir" a las personas que han vivido la experiencia en hacer la sistematización. Todos los registros, evidencian el control de un proyecto de aula exitoso. Tales como: cuadernos de anotaciones, fichas, informes, actas, documentos, testimonios, grabaciones, álbum fotográfico, vídeos e ilustraciones, entre otros instrumentos empleados. Los temas seleccionados y clasificados se pueden observar en el índice de la revista educomunicativa y periodística (gráfico 3).

Figura 3. Sumario temático de la revista La Pera del Olmo

Sumario

POSVERDAD		IDENTIDADES	
Noticias falsas en los medios ecuatorianos	4	40 El Inty Raymi más 'gringo' jamás contado	
La verdad (sin populismos) sobre Venezuela	6	42 Érase una vez El Coraza	
La realidad cotidiana tras más de un año del terremoto de abril y su reflejo mediático	8	44 La pérdida del anaco como esencia indomable	
		46 La 'bomba' otorgada por la música afro	
		48 La evolución de la moda indígena	
DE BIELAS CON...		PICADITAS	
Promoción del estilo de vida vegano	10	50 Locura de batidos: más azúcar que la IncaKola	
Circo: 'magia, paciencia y amor por las cosas'	12	52 El patacón maracucho entra hasta la garganta	
"Vivía para consumir y consumía para vivir"	14	53 (Comer) Bueno, bonito y barato	
Esteriotipos que arrastra la mujer ecuatoriana	16		
ARTE URBANO		VISTEADO	
La vida artística de un pintor independiente	18	54 Aplicaciones Loading: utilitarismo digital	
Línea tras línea, una vida tatuando	20	56 La profundidad de la Deep Web	
'Runa Style': música electroandina	22	58 'Hand Hope' o mano de la esperanza	
La ética noche en la Semana Blanca de Ibarra	24		
MOCHILEROS		AL DESNUDO	
Tormentosa historia de la Fábrica Imbabura	26	60 Un asunto pendiente (maltrato animal)	
Damián y sus viajes 'de libros'	28	62 El 'empoderamiento de la mujer' en Ibarra	
Aventura y diversión sin salir de Ibarra	30	64 Desdoblamiento de cuerpo como S.O.S	
El olvido del Bosque de los Arrayanes	32		
El turismo comunitario de Zuleta	34		
EMPRENDEDORES		DERECHOS HUMANOS	
La Clásica Foodtruck: comida sobre ruedas	36	66 Padres y madres homosexuales	
Álex: el barman del 'Bule Bar'	38	68 Feminismo y religión: ¿incompatibles?	



Fuente: elaboración propia.

3. Resultados y discusión

La mejor manera de entender el cambio que se puede experimentar en una sencilla aula de clase de periodismo supera la producción cinematográfica de la película *La Ola* dirigida por Dennis Gansel. Este ejemplo de drama taquillero sirve para poner en escenario cómo un experimento imaginado sutilmente por un soñador que, además, es docente e investigador, puede cambiar las fronteras mentales de jóvenes estereotipados y superfluos, gracias al uso de las nuevas tecnologías, de la pasión narrativa periodística, de las lógicas transmedia –y *crossmedia*– y del universo digital. La revista *La Pera del Olmo* encarna la experiencia metódica sistematizada en un producto comunicacional que se trasladó de la crítica idealista a la alteración digital contestataria.

Por tanto, en este caso, las aulas universitarias latinoamericanas se han convertido en una especie de magma repetidor del saber científico que implanta la separación entre el pensamiento producido y el pensamiento dominado. Muchas veces, es simplemente un salto de orden normativo preestablecido en la génesis del conocimiento, con métodos cognitivos de aprendizaje moderno y altamente tecnológicos y con lluvia de ideas en un aula enmarcada en una participación de brazos levantados.

Para el caso concreto de esta experiencia, el contexto dinámico que envuelve esta investigación fue más allá de una narrativa surgida de estudiantes del segundo nivel de Comunicación. Un periodo académico que permitió mejorar cambios ontológicos importantes en la mente de jóvenes aprendices. En el 2017, la signatura de Géneros Periodísticos asume el pensamiento crítico y método científico como un híbrido común. Primero, se coloca el razonamiento lógico y crítico en destrezas científicas mediante acciones intencionadas y conformadas por jóvenes (mujeres y hombres) protagonistas de su propia lucha académica que consolidan epistémicamente la búsqueda permanente de decisiones. La rebeldía, lo alternativo y la creatividad como elemento para superponer el rechazo de la injusticia social que no es discutida en el seno de algunas clases periodísticas. Y, segundo, las técnicas empleadas para cumplir con estos objetivos incluyen la consecución de temáticas controversiales visibilizadas en

entrevistas, grupos focales y análisis de contenidos a través de categorizaciones y axiomas inferidos sobre temas seleccionados en parámetros actuales de agendas públicas mediatizadas.

Los principales resultados pedagógicos son:

- Leer sin saber que se está leyendo a jóvenes que promedian una edad de veinte años.
- Expresar las propias voces utilizando las redes sociales a través de colocar La Pera del Olmo en los dispositivos móviles de toda una comunidad universitaria.
- El impacto generado que se gana el derecho a decir "realizado por estudiantes".
- Puesta en escena de roles directivos y organizacionales dentro de un organigrama posmoderno.
- Vía de expresión de una generación incomprendida *millennial* a través de realidades cotidianas – que sirven como estrategias– comunicativas y mediáticas. Cabe destacar, la inclusión de los denominados "memes", como nuevo instrumento, tan pedagógico como expresivo, que representa a este grupo de jóvenes.
- Y planificación de las tareas periodísticas, mejorando incluso el funcionamiento habitual de los medios de comunicación impresos, a través de intensas discusiones y fructíferos debates.
- Modernos sentidos y nacientes codificaciones de la realidad a través de nuevos nombres clasificadores de ésta, esto es, nuevas secciones –como emprendedores, posverdad, de bielas con..., mochileros, visteados o identidad– contra las típicas de los medios informativos –como política, nacional, internacional, economía o cultura–.
- Nuevos temas alternativos que plantan cara a la perversa *agenda setting* local.
- Hibridación de géneros y apertura total a la experimentación narrativa y estilística.
- Posicionamiento de los redactores como columnistas, lo que implica responsabilidad y libertad frente a la compleja realidad de significados y significantes.
- Entendimiento nativo de la importancia de las redes sociales tras la elaboración de la revista y apertura de cuentas en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram.
- Producción de reportajes y cortometrajes relacionados con la revista y sus enfoques temáticos para ser publicados en YouTube con el fin de lograr narrativas expandidas por la Red.
- Una perspectiva filosófica del diseño de un modo intencional, desde su tipografía hasta sus ilustraciones, pasando por los iconos y símbolos (resignificación de conocimiento; gráficos 4, 5, 6 y 7):

Figura 4. Portada y contraportada de la revista La Pera del Olmo



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Logos principales de la revista La Pera del Olmo



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Algunas ilustraciones de la revista La Pera del Olmo



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Algunos iconos de las secciones de La Pera del Olmo



Fuente: elaboración propia.

4. Conclusiones

De seguida, se manifiestan las conclusiones procedentes de los resultados logrados, teniendo como base el problema y los objetivos de investigación emprendidos en este trabajo. Se llegan a tres grandes ejes (la metodología, los resultados pedagógicos y los comunicativos y periodísticos) que, de manera transversal, resumen la presente pesquisa:

- La creación y desarrollo de una revista desde cero propaga el entusiasmo, la solidaridad y la participación de unos educandos que, sin saberlo, con cierta diversión y con algo de esfuerzo, (auto)adquieren conocimientos teórico-prácticos y se forman –y no se deforman– en aspectos como la madurez y la responsabilidad (en tanto ritmos de trabajo, por ejemplo), la capacidad analítica de la caótica y saturada actualidad y la complicada tolerancia biológica frente al precipicio de la auténtica libertad.
- La motivación de estudiantes y de docentes en un proyecto –en este caso, periodístico y mediático– como proceso de aprendizaje rompe todos los límites que asiduamente impone el (macro)sistema educativo.
- La capacidad didáctica de la prensa está infravalorada, por un lado, y malentendida, por el otro, lo que se traduce en una omnipotencia de lo teórico sobre lo práctico en las escuelas universitarias de

periodismo, así como en niveles educativos inferiores (según los estudios de Jarman y McClune, 2010).

- Se prueba que la prensa puede ser –por tanto, lo es– un recurso dinámico que fortalece la interacción y la razón colectiva sobre los cambiantes sucesos de la “esfera pública civil” (Cohen, 2003).
- Un producto serio, como es una revista, presume de “recoger el guante” a una generación, sea verdad o mentira, que se siente ignorada e incomprendida. Escucha al joven y le permite expresar su rebeldía, su sentido de la vida, su contenido y su continente: “¿No quieren (nuestros mayores) que pidamos peras al olmo? ¡Pues aquí estamos!” (uno de los eslóganes de la revista que es utilizado en la esfera digital).
- Hoy, un producto comunicativo no puede ser protagonizado por el texto, sino que debe abogarse por la elaboración de materiales visuales y audiovisuales que inspiren la verdad del prosumidor. Asimismo, las herramientas digitales se constituyen necesarias para favorecer el trabajo colaborativo.
- Se confirma la tesis de Lander (1993: 40) en torno a la universidad, la geopolítica de los saberes hegemónicos y, sobre todo, la responsabilidad ética en la producción de conocimiento.
- Se aconseja, durante y posteriormente a la elaboración de un producto educomunicacional como la revista La Pera del Olmo, la puesta en marcha de debates, coloquios, charlas de investigadores y entrevistas a profesionales que sirvan como camino a la cumbre analítica de la diversa realidad noticiosa.
- Y, como conclusión general, todos los factores comunes trabajados en los procesos participativos reforzaron exponencialmente la expresiva y la expresión, lográndose una gran sensibilidad social en los estudiantes, además de eficientes resultados numéricos en las evaluaciones.

5. Referencias bibliográficas

- [1] Area, M.; Borrás, J. & San Nicolás, B. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de Estudios de Juventud*, 1(109), 13-22.
- [2] Bernabeu, N. (1997). Educar en una sociedad de información. *Revista de Educación en Medios de Comunicación*, 5(8), 73-77. Disponible en <https://goo.gl/1MpdWx>
- [3] Cohen, J. L. (2003). Civil society and globalization: rethinking the categories. *Dados: Revista de Ciências Sociais*, 46(3), 419-459. <https://doi.org/10.1590/S0011-52582003000300001>
- [4] *Comunicae.es* (06/06/2017). YoodMag, la primera revista digital íntegramente millennial. Disponible en <https://goo.gl/3EMjQ2>
- [5] Cotec (2014). *Educación digital y cultura de la innovación*. Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. Disponible en <https://goo.gl/qCxS2n>
- [6] Creus, T. y Deó, F. J. (2008). La educación en comunicación en el siglo XXI. *Revista Aula de Innovación Educativa*, 173-174, 9-11. Disponible en <https://goo.gl/tW8pJF>
- [7] Deloitte (06/02/2014). Los jóvenes profesionales demandan a las empresas más innovación, formación en liderazgo y compromiso social. Disponible en <https://goo.gl/CSti41>
- [8] FAO. (2013). *Buenas prácticas en la FAO: Sistematización de experiencias para el aprendizaje continuo*. Disponible en <https://goo.gl/m15LLh>
- [9] García-Leguizamón, F. (2010). Educación en medios ayer y hoy: tópicos, enfoques y horizontes. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación*, 2(4), 279-298. Disponible en <https://goo.gl/QZLR7B>
- [10] Gutiérrez-Rubí, A. (2016). *Millennials en Latinoamérica*. Fundación Movistar, Telefónica. Disponible en <https://goo.gl/11uLF3>
- [11] Holliday, O. J. (2012). Sistematización de experiencias, investigación y evaluación: aproximaciones desde tres ángulos. *F (x)= Educación Global Research*, 1, 56-70.
- [12] Jarman, R. y McClune, B. (2010). *El desarrollo del alfabetismo científico. El uso de los media en el aula*. Madrid: Ediciones Morata.

- [13] Johnson, G. L. (2009). *Guía para enseñanza del método científico*. Ecuador: Fundación Charles Darwin.
- [14] Jordán, M.; Behar, O.; Buitrago, S. y Castillo, J. (2017). Estrategias educomunicativas para fortalecer procesos de resocialización de un grupo de adolescentes infractores en Cali. *Periodismo, medios y agenda*, 22, 105-119. <https://doi.org/10.18046/recs.i22.2381>
- [15] Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*, 6(11), 158-165. Disponible en <https://goo.gl/WXqUCY>
- [16] Klimenko, O. (2008). La creatividad como un desafío para la educación del siglo XXI. *Educación y Educadores*, 11(2), 191-210. Disponible en <https://goo.gl/wVpWwp>
- [17] Lander, E. (1993). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- [18] Lipovetsky, G. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- [19] Loyola, V. (2012). Los aprendizajes en la post-modernidad del siglo XXI: un problema de comunicación. *Revista Educación y Tecnología*, 2, 76-82.
- [20] Magallón, R. (2016). El ADN de la Generación Z. Entre la economía colaborativa y la economía disruptiva. *Revista de Estudios de Juventud*, 114, 29-44. Disponible en <https://goo.gl/som5JN>
- [21] Mantilla, J. (1997). Nota a los lectores. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 58.
- [22] Marcelo, C. (2013). Las tecnologías para la innovación y la práctica docente. *Revista Brasileira de Educação*, 18(52), 25-43. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782013000100003>
- [23] Menéndez, A. y Sánchez, C. (2013). Uso de plataformas social media en la práctica docente universitaria: investigación biográfico-narrativa en un estudio de caso. *Signo y Pensamiento*, 32(63), 152-168. Disponible en <https://goo.gl/XaHYdB>
- [24] Montagu, A.; Pimentel, D. y Groisman, M. (2004). *Cultura digital. Comunicación y Sociedad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- [25] Montoya, N. y Zuluaga, L. (2014). Educar mientras se informa: una propuesta de resignificación de la prensa tradicional. *Signo y Pensamiento*, 33(64), 30-44. Disponible en <https://goo.gl/1fiopk>
- [26] Orihuela, J. (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación. *eCuaderno [Blog]*. Disponible en <https://goo.gl/UZoCG5>
- [27] Pérez, P. (2000). Hacerse con los medios. Estrategias educomunicativas para comenzar el milenio. *Comunicar*, 7(14), 103-111. Disponible en <https://goo.gl/EfAiNm>
- [28] Ricoy, M. (2006). La prensa como recurso en el currículum de adultos. *Comunicar*, 14(26), 199-206. Disponible en <https://goo.gl/qrBGa4>
- [29] Sansivens, M. (1988). *Hacia una Pedagogía de la Comunicación, en Comunicación y Educación*. Barcelona: Paidós.
- [30] Verdugo, V. (2007). Comunicación y educación: una alianza necesaria en el contexto de la sociedad del siglo XXI. *Revista Perspectivas*, 12(18), 81-108.

