

Prolegómenos

«Educomunicación» en un mundo global

«Edu-communication» in a global world

José Ignacio Aguaded Gómez

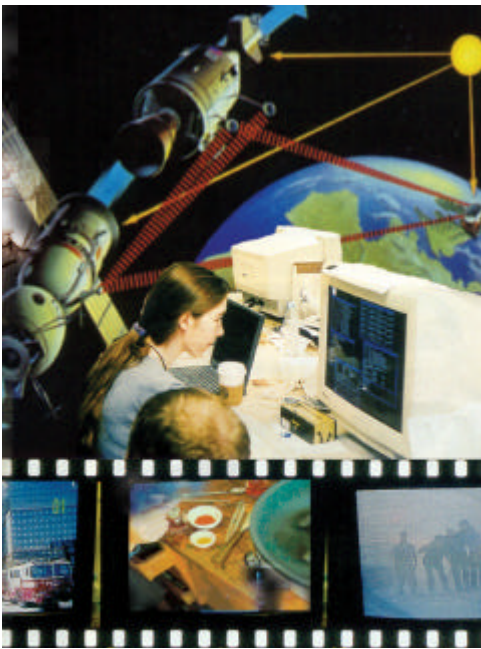
Que estamos asistiendo a un universo cada vez más entrelazado entre todos los ciudadanos y ciudadanas de este Planeta es una evidencia más constatable. Las redes de comunicación, que se han ido construyendo en las últimas décadas, han ido generando un panorama nada comparable a ninguna de nuestras generaciones anteriores. La civilización que vivimos

muestra evidentes síntomas de un cambio estructural sin parangón y sin más parámetros de referencia que su propio desarrollo. La cultura global en la que estamos inmersos, en suma, es un nuevo experimento en el que el ser humano se convierte en sujeto y objeto al mismo tiempo. Ciertamente es que como protagonistas podríamos amoldar este nuevo «hábitat» a placer, pero la realidad es mucho más compleja y enrevesada, incluso de lo deseable, y no se deja «amoldar» por simples esquemas de laboratorio.

Este universo global, en el que participamos tanto activa como pasivamente, está lleno de retos, pero también de contradicciones que nos sitúan ante un preocupante panorama de novedosas relaciones en todos los ámbitos de la existencia: político, económico, cultural, social... que inciden poderosamente en los propios esquemas de conocimiento y, si cabe también, en las coordenadas espacio-temporales que se ven trastocadas con las nuevas maneras de intercomunicación.

Pero desgraciadamente, este nuevo universo global –como decíamos– no se ha concebido en el laboratorio, sino que es la culminación y confluencia de múltiples progresos en los dife-

rentes campos de la ciencia humana. No todas sus facetas respiran desarrollo humano y aunque, desde el marketing, se «venda» como símbolo de progreso y prosperidad, en muchas de sus incidencias, asistimos a preocupantes niveles de desigualdad, discriminación, aumento de la brecha norte/sur, consumismo indiscriminado, agotamiento de recursos naturales, pérdida de identidad cultural... Nos preocupa especialmente también la escasa capacidad de los ciudadanos y ciudadanas



Prolegómenos

de interpretar los constantes bombardeos que los nuevos medios de la cultural global generan. No hay duda que ésta «entra» en nuestros hogares y, en suma, en nuestra vida de trabajo y ocio, a través de la televisión, la prensa, el cine, Internet... esto es, los medios de comunicación son las puntas de este «iceberg» que constituyen nuestro hábitat cotidiano, pero... ¿hasta qué punto conocemos el funcionamiento de estos nuevos lenguajes?, ¿estamos capacitados para interpretar los permanentes mensajes de este bombardeo audiovisual que son, en definitiva, la principal fachada de este universo global?

A sistimos, en consecuencia, a la inexplicable paradoja de vivir en un mundo global para el que ni nos han preparado en generaciones anteriores, ni estamos preparándonos, en general, en la actualidad y mucho peor aún, ni siquiera preparamos a nuestros descendientes. Ni la escuela, ni la familia ni la sociedad civil han asumido de pleno que el «universo global» exige nuevas respuestas comunicativas para la que no somos competentes.

La Educación para la Comunicación se revela, entonces, como una de las claves esenciales para intentar acompasar el progreso comunicativo con el desarrollo humano. Sólo en la medida que el progreso tecnológico vaya acompañado con competencias mediáticas por parte de los ciudadanos, podremos afirmar que este mundo presenta síntomas evidentes de progreso. Porque si las personas asisten de forma pasiva a la vertiginosa irrupción de las nuevas tecnologías en su vida sin posibilidad de apropiarse crítica y creativamente de ellas, asistiremos más bien a una hipnosis colectiva, de encantamiento y magia.

Si somos capaces de poner en marcha mecanismos de educación para los nuevos retos de la comunicación, podremos hablar con propiedad de una sociedad donde los recursos tecnológicos se ponen al servicio del ser humano.

La «educación» conlleva, sin duda, una dimensión interpelante que pone cotas al desarrollo desmedido, pero además supone la adquisición de competencias mediáticas que permiten que los individuos no sean meros espectadores pasivos de este nuevo escenario social, implicándolos como protagonistas activos en su configuración y transformación y, por ende, dándoles las herramientas necesarias para poderlo comprender e interpretar. Ahora bien, si este nuevo ámbito de conocimiento es tan trascendente, ¿por qué no se ha puesto ya en marcha? Desde nuestro punto de vista, y siendo conscientes de la complejidad de las razones, creemos que una de las causas fundamentales que explican la escasa implantación de la Educación en los Medios de Comunicación es precisamente la falta de toma de conciencia de su importancia y trascendencia. Las personas, en general, piensan que «participan» de esta nueva sociedad y que a su vez tienen los códigos de interpretación necesarios para poder desenvolverse de forma autónoma. Asisten a los espectáculos mediáticos y descubren en ellos múltiples claves que luego trasladan más o menos de forma directa a sus estilos de vida. Si bien, no podemos afirmar que este supuesto no sea cierto, consideramos que el escaso nivel de competencia que tenemos de estos nuevos lenguajes provoca la captación de sus contenidos más superficiales y a veces de los sentidos intencionados que sus productores han querido generar. Para observar esto es suficiente pensar en los múltiples impactos publicitarios que recibimos y en las consecuencias directas que tienen en los actos de compra y consumo de la población, que permiten recuperar las altas inversiones publicitarias en cortos espacios de tiempo.

Sólo en la medida que se fomente la «educación», podremos comenzar a hablar de que la sociedad tecnológica a la que asistimos está construyendo un mundo más humano y justo, que sea capaz de rentabilizar las múltiples ventajas que generan los nuevos inventos y descubrimientos de la Humanidad, fomentando competencias para su interpretación, pero también fomentando cuestionamientos críticos que ponga cotas al desarrollismo sin control y fomente equilibrios entre los pueblos y la naturaleza.

Desde «Comunicar» queremos apostar decididamente por este nuevo ámbito de conocimiento. Durante las casi diez años de vida de esta publicación, hemos editado más de medio millar de trabajos en línea con el necesario empuje y desarrollo de una «educación» que nos haga más humanos y dueños de nuestro entorno y de nuestro futuro.

