



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Aguaded Gómez, José Ignacio
La educación en medios en Europa: la consagración de un proyecto
Comunicar, vol. XV, núm. 28, marzo, 2007, pp. 7-8
Grupo Comunicar
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802801>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Prolegómenos

La educación en medios en Europa: la consagración de un proyecto

José Ignacio Aguaded Gómez

Afrontamos en este número 28 de «Comunicar» uno de los principales retos a los que esta publicación ha tenido que hacer frente en sus catorce años de existencia: recoger una panorámica de la educación en los medios en Europa en el momento actual. Expertos de doce países de la Unión Europea: Alemania, Bélgica, España, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza analizan desde una visión amplia y diversa –siempre incompleta por su propia naturaleza– la situación de la alfabetización mediática y la educación en medios en diferentes contextos y situaciones: desde experiencias concretas a investigaciones consistentes, desde apuntes históricos a cuestiones problemáticas en boga; en suma, un mirador plural en manos de prestigiosos expertos, investigadores y docentes que dedican gran parte de sus estudios y trabajar y analizar las complejas relaciones que las ciudadanas y ciudadanos europeos establecen con los medios de comunicación.

Es ésta, sin duda, una problemática universal que comienza a tener pujanza en todos los rincones del mundo, pero que, por desgracia, aún no ha contado con el espacio que merece como ámbito de estudio por diferentes motivos, pero especialmente por la trascendencia social que las interacciones medios/audiencias tienen en nuestros días, ya que, no hemos de olvidar, que la comunicación y las tecnologías acaparan gran parte del tiempo de ocio de la ciudadanía de todo el orbe, independientemente de su desarrollo económico, nivel cultural, edad, zona geográfica, etc. Pero además los medios están presentes cada vez más en todos los ámbitos de la vida, y no sólo en los espacios de ocio: trabajo, formas de vestir y alimentarse, hábitos de vida, relaciones sociales, formas de hablar y comunicarse... están cada vez más condicionados por estos medios que, como muy bien señalan los expertos que acogemos en este número, requieren reflexión ciudadana, investigaciones rigurosas, amplios planes de formación, publicaciones divulgativas y científicas..., en definitiva, una amplia actuación, no sólo local, regional y nacional, sino también de carácter europeo que ambiciosamente pretenda conocer mejor estas interacciones entre las personas y los medios y establecer un amplio plan formar a la ciudadanía en alfabetización mediática y educación en medios.

Como muy bien nos señalaba el nobel portugués Saramago en «Elogio de la locura», que nos cita Rivoltella en su trabajo, «es necesario salir de la isla para ver la isla; no nos vemos, si no salimos de nosotros». Reflexionar sobre la educación en los medios es plantearnos ante todo el tipo de ciudadanía que queremos ser en mundo cada vez más global y menos aldeano, en una Europa que define –no ya sus fronteras físicas, por fortuna totalmente superadas– sino su escenario cultural y ciudadano, mucho más difícil de cambiar y superar que los controles aduaneros. Pensar en la educación en los medios es bien difícil porque estamos enteramente sumergidos en ellos; ver televisión es casi una «actividad biológica», una «necesidad vital» como el comer, el andar o el dormir, para una gran parte, muy mayoritaria, de la población. Hoy son los juguetes electrónicos y «mediáticos» los que triunfan incluso entre la población más infantil. Nuestra realidad es cada vez más virtual y menos real. Y ante este mundo artificial, generado en pocos años, la población permanece absorta y abstraída, sin tomar conciencia real de la importancia que los medios tienen en nuestra vida y la imperiosa necesidad de aprender a consumirlos de forma inteligente y activa, evitando manipulaciones.

Prolegómenos

Si bien hay que reconocer que existe una fuerte diversidad en Europa –como podremos verlo en las siguientes páginas– este estudio constata que, hoy más que nunca, es posible desarrollar políticas activas a nivel europeo para la alfabetización mediática. Desde los años sesenta, la UNESCO ya se preocupó hondamente por estas temáticas y en la década de los setenta, ya teníamos textos y definiciones más o menos actuales sobre lo que hoy consideramos alfabetización mediática y educación en medios. La Declaración de Grunwald (Alemania) de 1982 es ya un documento firme en este sentido; por ello recogemos al final del monográfico, además de este documento, un conjunto de declaraciones, manifiestos y conclusiones de indudable valor como corpus de la temática. El vigor de este movimiento se palpa en que en la actualidad algunos de los recogidos está en proceso de gestación y desarrollo como la Carta Europea de Alfabetización Mediática, abanderada por Cary Bazalgette, del British Film Institute de Reino Unido.

En este sentido, las iniciativas actuales que la Comisión Europea están llevando a cabo para fortalecer esta línea de estudio son bien acogidas por la comunidad investigadora, en cuanto que, por desgracia, en esta temática está prácticamente todo por construir. Es necesario mucho desarrollo investigativo para conocer realmente el papel de las audiencias, fomentar unos medios con contenidos de calidad y pretensiones de servicio público; pero además haya que incentivar los planes de formación de toda la ciudadanía mediática –esto es, de todos y todas– y el desarrollo de campañas extensivas a toda la población, la difusión de materiales...

La publicación de este monográfico sobre «Educación en medios en Europa», sin duda, alguna favorecerá esa necesaria reflexión entre toda la ciudadanía y la movilización política necesaria para que los medios de comunicación y las tecnologías de la información se conviertan realmente en firmes revulsivos de movilización social, en la línea de la cultura, la educación y la ética. Unos medios abandonados al salvaje mercado de las audiencias cuantitativas ya los beneficios empresariales y especulativos de las entidades que los sostienen, ignorando toda su función social y ética –sin renuncia de su dimensión lúdica y de entretenimiento–, es una macrodesgracia social que una sociedad desarrollada, democrática y libre se puede permitir.

Estamos, como decíamos al principio, ante un indudable reto. La Unión Europea, la UNESCO y todos los países democráticos tienen mucho que decir y mucho más aun, que hacer, porque, no lo olvidemos, lo que está en juego, son los valores democráticos de una ciudadanía responsable y libre que es capaz de hacer un uso inteligente de las tecnologías para su progreso social y personal, mucho más allá del uso domesticado y casi hipnótico al que hoy estamos muchas veces sometidos. Aprender a usar y consumir los medios de una forma activa e integral, de una manera inteligente, no se aprende por generación espontánea, sino que requiere unas habilidades y destrezas, una intervención reflexiva a la que todos estamos llamados. El papel de las instituciones, en este sentido, es clave.

Los investigadores ofrecen ya claves suficientes para actuar. Este documento con trabajos de 12 países es una muestra de ello. Falta ahora la voluntad política de las comunidades locales y regionales, de los países y de la Unión, así como de redes ciudadanas y de investigadores que demanden con ahínco una educación en medios y una alfabetización mediática que no es más que un derecho de todo ciudadano en la sociedad-red y mediatizada que nos ha tocado vivir.