

•Editorial•

Sociedad consumista y medios de comunicación

Las estadísticas de consumo de medios de comunicación, y especialmente de televisión, en esta sociedad de finales siglo XX, son escalofriantes. Seguramente ninguno de nuestros abuelos de primeros de esta centuria hubiera sido capaz de pensar que sus descendientes de pocas generaciones después pasarían gran parte de su tiempo delante de una pantalla electrónica, llena de colores, movimientos y sonidos, que no sólo imita la realidad, sino que la usurpa y suplanta, absorbiendo hipnóticamente a sus espectadores, hasta atraparle gran parte de sus momentos de ocio y tiempo libre.

Si hacemos el ejercicio mental de sumar las horas dedicadas a las actividades fisiológicas básicas (comer, dormir, descansar...) y el dedicado al trabajo, comprobamos que esta «caja mágica» sigue siendo «reina» y «señora» de casi todas nuestras agendas personales.

Si bien es necesario reconocer que el uso de los medios es «voluntario» y «gratificante» para sus usuarios, es sin embargo preocupante, si nos atenemos a los escasos conocimientos que de este lenguaje, tecnología y discurso -las tres vertientes del medio audiovisual, según Pérez Tornero- tiene la mayor parte de la población. Esto es, el mero hecho de consumir, ¿lleva parejo un conocimiento de los códigos audiovisuales? ¿Sabemos, de verdad, descifrar los mensajes, y por ende las manipulaciones y tergiversaciones que se nos presentan como imágenes transparentes de la realidad?

Estamos convencidos de ello, y ésta es la filosofía transversal que define a COMUNICAR, que los ciudadanos y ciudadanas de hoy vivimos en un mundo tecnológico del que sólo conocemos una mínima parte. Ignoramos su lenguaje, y por tanto, no somos capaces de interpretar más allá que una mínima parte de sus mensajes; no hacemos usos del medio como canal de expresión

personal: ¿quiénes son los que «escriben» con estos nuevos lenguajes, si no es una minoría predilecta como los monjes del Medioevo?

En definitiva, el desarrollo tecnológico ha puesto en nuestras manos unas nuevas formas de comunicación de las que paradójicamente su alto consumo no significa necesariamente un mejor conocimiento y uso creativo de los mismos.

El consumo y uso «inteligente» de la comunicación audiovisual requiere por ello una «Educación en los Medios» que permita a los ciudadanos racionalizar su consu-

mo, siendo conscientes de los mensajes que reciben, de sus aportaciones sociales y de sus gratificaciones personales.

El desarrollo de la «competencia comunicativa» a través de la «Educación del Consumidor en Medios de Comunicación» se hace imprescindible, porque hoy nuestra sociedad demanda, para un desenvolvimiento autónomo y libre, el conocimiento de los nuevos lenguajes, como canales de comprensión y expresión de la realidad.

«Hacia un consumo inteligente de la comunicación», es por ello el reto que todos hemos de plantearnos.

Una nueva imagen, un nuevo impulso...

Durante más de ocho años, el Grupo Pedagógico Andalúz «Prensa y Educación», asociación no lucrativa de profesores y periodistas de toda Andalucía, ha venido desarrollando actividades de formación inicial y permanente del profesorado (a través de congresos, jornadas, encuentros, simposios, seminarios,



grupos de trabajos, etc.); de dinamización y sensibilización de la comunidad educativa (por medio de concursos, certámenes, charlas, exposiciones, proyecciones y visionados);

de investigaciones; y especialmente en los últimos años, de publicaciones de materiales curriculares, dirigidos tanto a alumnos como a profesores, para acercar los medios de comunicación a las aulas de una forma plural, crítica y creativa.

En esta misma línea de trabajo y para potenciar la presencia de los periodistas y los padres en la Asociación, así como para ampliar

el radio de difusión -como ya venía siendo habitual en los últimos años- de la prensa, a todos los medios (cine, radio, televisión, vídeo, tecnologías avanzadas...), en la última asamblea, se decidió modificar la denominación de la Asociación, para llamarse «Grupo Comunicar. Colectivo Andalúz para la Educación en Medios de Comunicación». De esta forma, con la misma ilusión y con mayor fuerza si cabe, el Colectivo comienza una nueva etapa, en la que, no sólo potenciará las actuales líneas de actividades, sino que también iniciará otros proyectos y actuaciones en orden a conseguir la implantación de la Educación en Medios de Comunicación en los centros escolares, para permitir que los chicos y chicas de hoy conozcan estos nuevos lenguajes, se defiendan de sus posibles manipulaciones y los utilicen como medios de expresión personales.



Consumo de imágenes

Andrés '96 para COMUNICAR

