

Editorial

Un nuevo siglo, una nueva comunicación

La entrada del nuevo milenio, junto a la parafernalia efectista y mediática previsible, acompañada de vendedores de los más disparatados y diversos artilugios para la ocasión, ha supuesto también por fortuna la emergencia de voces que reclamaban con más insistencia un debate en profundidad sobre los grandes retos que el nuevo siglo alumbra.

Desde esta modesta plataforma de reflexión en Comunicación y Educación, hemos defendido siempre la irremplazable tarea de plantear, desde los más diversos ámbitos interdisciplinarios, la importancia que la comunicación mediática tiene en los diferentes ámbitos de la vida humana y en especial en la vida educativa.

Las relaciones humanas están condicionadas por múltiples factores y circunstancias, pero en los últimos años la presencia abrumadora de los medios de comunicación en nuestra existencia, ha impuesto un debate profundo en torno a los cambios y mutaciones en la interacción social y humana. En este sentido, consideramos que hay que descartar tanto las posturas apocalípticas como las integradas, en términos ya consagrados del semiótico Umberto Eco.

El discurso fácil de que los medios pervierten la comunicación entre las personas, provocando sin más una mayor incomunicación, es cuando menos rebatible. Nunca los seres humanos hemos tenido a

nuestra disposición tal cúmulo de saber y conocimiento, de acceso tan instantáneo. Las barreras del espacio y el tiempo se están rompiendo en favor de esa «aldea global» cada vez más real. No sólo la televisión, sino también los nuevos medios a través de redes como los multimedia, permiten el acceso a bases de datos y fuentes de conocimiento hasta hace poco tiempo inimaginables. Por ello, hemos de rechazar de plano que la «sobreinformación» sea necesariamente sinónimo de la incommunicación. Más bien hemos de situar el problema en la poca «competencia comunicativa» de las personas para hacer frente a estas nuevas situaciones comunicativas.

Por otro lado, hemos de afrontar una actitud distante y crítica ante aquellos que pregonan sin más que la comunicación haabier-to todas las fronteras.

Estos predicadores mediáticos –generalmente portavoces de las autoridades de los poderes comunicativos– venden la bonanza informativa al navegar ésta con viento a favor de sus intereses. En esta línea de triunfalismo mediático, tendremos que situar también las posturas «ingenuas» que consideran que los medios son mero entretenimiento y que

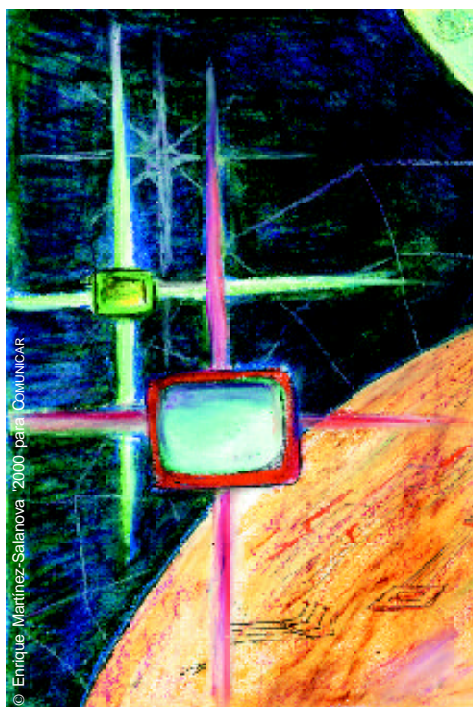
éstos están sólo para ser «gozados» y disfrutados, obviando los planteamientos críticos o las necesarias actitudes para afrontar la lectura y el visionado de éstos desde una perspectiva más crítica y distante, como «construcciones de la realidad» que son.

Cierto es que la comunicación es quizás el fenómeno humano que más ha definido el siglo que acaba y que mediatizará más aún la nueva era que comienza. Es fácil comprobar que su desarrollo es imparable, porque existe una tecnología y una industria que no cesa de vibrar: fibra óptica,

transmisión por parábolas, banda ancha de transmisiones, nuevos equipos cada vez más potentes, soportes electrónicos de última generación.

Queda, no obstante, la duda, de si el otro polo que consideramos esencial, junto a la comunicación, para el desarrollo de los pueblos –la educación– va a ser capaz de acompañarse a las nuevas exigencias que el fenómeno comunicativo

nos está imponiendo. Éste es, por ello, nuestro reto: que los educadores y los comunicadores seamos capaces de fomentar una educación y comunicación más humana.



© Enrique Martínez-Salariva - 2000 para COMUNICAR



Derechos del telespectador

XI Parte

Pablo '2000 para COMUNICAR



45. Derecho a vivir sin televisor.



46. Derecho a tener un solo televisor en cada casa.



47. Derecho a interrelacionarse con la tele.



48. Derecho a no comprar productos «anunciados» por la tele.