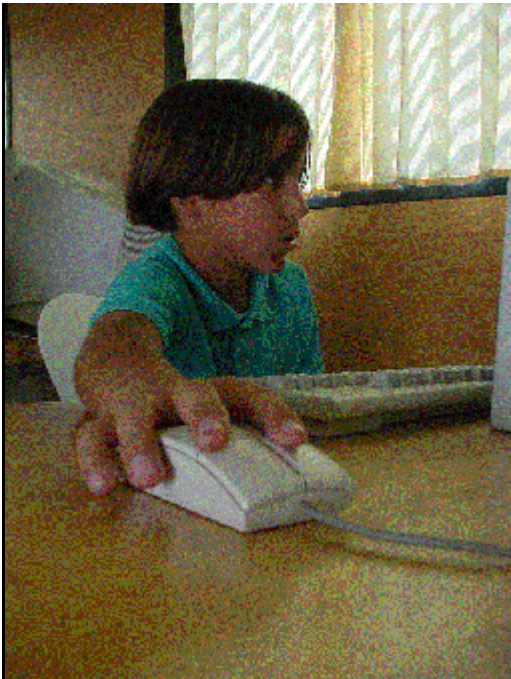


Prolegómenos

Una nueva imagen, una apuesta más firme...

José Ignacio Aguaded Gómez

Crear y consolidar una revista científica no es tarea fácil, sobre todo si ésta surge de una asociación no gubernamental y no lucrativa. Ni siquiera en este mal llamado «primer mundo» el apoyo institucional es firme para proyectos de reflexión sobre la convulsiva sociedad en que vivimos. Aún así en 1993 nació la revista «COMUNICAR» como una aventura de un grupo de profesores y periodistas, que un lustro antes se habían puesto en marcha para trabajar desinteresadamente por la educación en los medios de comunicación.



La constatación de que la comunicación y las educación van a ser los dos polos definidores de la sociedad futura y que sólo en la medida en que la educación –no sólo escolar, sino también familiar y social– sea capaz de afrontar los retos que el desarrollo tecnológico demanda, podremos disfrutar de una sociedad más igualitaria, justa y en términos reales democrática, nos inclinó a apostar decididamente, en primer lugar, por el grupo editor de la revista y, después por esta cabecera que, sin duda, es su buque insignia, aunque no su única expresión, ya que el Grupo Co-

municar tiene una amplia trayectoria en la formación presencial de docentes, en la investigación, en el fomento de talleres y actividades para la comunidad escolar (niños, padres...) y en la edición de otros materiales como campañas informativas, colecciones de libros, actas de congresos, guías curriculares, murales de prensa y escuela...

Aun así «COMUNICAR» es el máximo exponente de este Grupo en cuanto que desde hace ya casi nueve años se ha mantenido firme a su cita con sus lectores. Diecisiete números con más de 750 artículos y trabajos publicados avalan una trayectoria cada vez más afianzada y especialmente, para nosotros, útil para aquellos profesionales de los medios de comunicación y de la educación que quieren reflexionar y actuar para permitir que la

Prolegómenos

sociedad tenga mayores resortes para hacer de la comunicación un vehículo de progreso social y no un instrumento para la domesticación y la fetichización banal de unos poderes mediáticos que se superponen cada vez con más arrogancia a los poderes públicos.

«Comunicar» quiere fomentar, por ello, la reflexión sobre este apasionante y controvertido mundo porque estamos convencidos de que en la catarata icónica en la que estamos inmersos si algo falta es precisamente la capacidad de discernir, de analizar y buscar propuestas creativas a los retos tecnológicos. Dar respuestas activas, inteligentes y racionales a la sociedad mediática requiere, sin duda, la construcción de unos conocimientos que parten de la toma de conciencia del hecho comunicativo como acontecimiento omnipresente y configurador de la sociedad globalizada y mediática en la que vivimos. Este simple acto de toma de conciencia no es un hecho automático e instantáneo. Como señala K. Tyner acerca de las percepciones de los norteamericanos respecto a la televisión, «el pez no es consciente de estar en el agua» y cualquier replanteamiento de esta cuestión se hace ardua por su apabullante presencia en todos los ámbitos y rincones de nuestra cotidianeidad. La investigación teórica y aplicada y las propuestas prácticas para su inserción didáctica –tanto en el ámbito formal de la escuela, como en los contextos familiares o en las redacciones de prensa– se hacen desde nuestra óptica esenciales para aspirar a una sociedad más justa que sepa equilibrar las nuevas máquinas con el desarrollo del pensamiento colectivo. La presencia de los medios de comunicación en nuestras vidas debe constituir un revulsivo que permita una generación de hombres y mujeres más informados y no hipnotizados por un mercantilismo atroz y por la religión del consumo.

Éste es el espíritu que nos movió desde sus inicios y que quiere seguir moviéndonos ahora con más ímpetu si cabe en este «foro de reflexión en tiempos de comunicación...». abierto a todos los profesionales de la comunicación y la educación que quieren participar en este necesario e irremplazable análisis de la «educación comunicativa».

En este número ofrecemos una nueva imagen con un formato más amplio, una nueva maquetación y la renovación de algunas secciones. Los fieles lectores comprobarán fácilmente que se trata de leves modificaciones que mantienen intacta la estructura y el eje vertebrador de la revista y que, en todo caso, son mejoras para afianzar esta publicación que requiere para su subsistencia del apoyo de los docentes y comunicadores que desde todo el mundo, y de una forma constante, apuestan por este medio de comunicación como un aporte más para el fomento de una educación más crítica y activa con los medios y las nuevas tecnologías.

