

Editorial

Editorial

DOI:10.3916/c31-2008-00-001

Educación en medios en Europa

Media Education in Europe

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez

La educación en medios de comunicación fue reconocida por la UNESCO ya en los años setenta como un área esencial para el desarrollo de los pueblos, toda vez que ya se preveía la irrupción de las tecnologías audiovisuales en los hogares, después del rotundo éxito de los cines en las dos décadas anteriores. La llegada de la televisión –con todos sus dispositivos complementarios de almacenamiento y reproducción– y luego de las computadoras –especialmente con su conexión universal a través de las redes e Internet– ha superado con creces las previsiones más optimistas y sólo los augurios de McLuhan se aproximaron en algo a lo que ha supuesto –y especialmente está suponiendo hoy– la presencia de la comunicación, con sus diferentes soportes mediáticos y tecnológicos, en todas las esferas de nuestras. Sin embargo, tal como defendemos persistentemente en esta publicación, la omnipresente –y a veces también incluso omnipotente– presencia de los medios en la vida de los ciudadanos no se ve acompañada con políticas activas de educación para los medios, porque se parte de la equivocada premisa de que el simple consumo de los medios garantiza su comprensión y conocimiento. Nada más erróneo, porque los medios, como cualquier lenguaje, tiene sus propios códigos, su sintaxis, su semántica y su pragmática... y sólo en la medida en que se haga un acto reflexivo de estudio –que no necesariamente ha de ser academicista y vinculado con la educación formal–, es posible una apropiación activa, crítica y creativa de sus mensajes.

Por fortuna, en los últimos años, la Unión Europea ha tomado un papel protagónico en esta línea, reivindicando una educación para los medios como premisa de formación democrática de la ciudadanía, ya que no es entendible hoy en Europa unos ciudadanos que no sepan decodificar de forma activa los mensajes televisivos o radiofónicos, los films, los spots publicitarios, o incluso las propias páginas web...

El programa «Audiovisual and Media Policies» de la UE desarrolla diversas acciones enfocadas al ámbito audiovisual, destacando las actuaciones especiales en el campo de la regulación mediática, el proyecto «Media» y especialmente en el ámbito que nos incumbe, el proyecto «Media Literacy» (http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/global/index_en.htm), que ha creado un grupo de expertos europeos en la temática, ha desarrollado actividades y programas y ha puesto en marcha estudios transversales de indudable valor.

En este sentido –avalándose en los estudios preliminares de la UNESCO y en las avanzadas experiencias de Canadá, Nueva Zelanda y Australia que desarrollan programas de «media literacy» de forma sistemática e institucional, la UE ha comenzado a establecer políticas activas de patrocinios de proyectos y eventos, que redundarán en el desarrollo de ac-



Media Literacy Profile
EUROPE

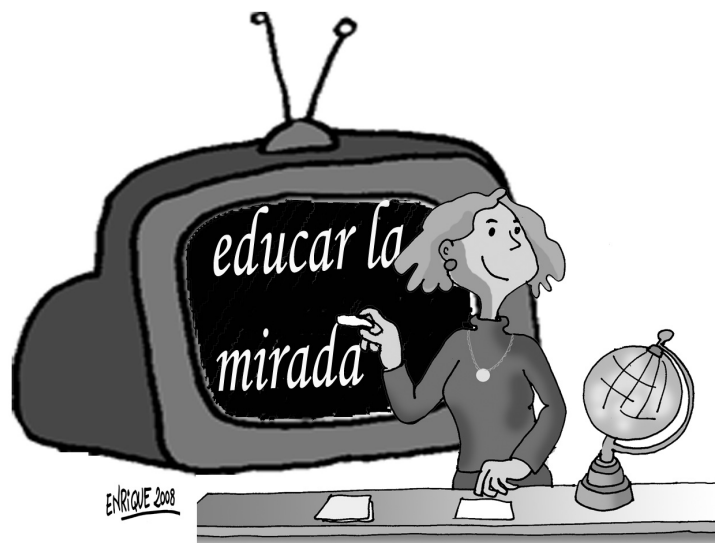
Prolegómenos

Editorial

ciones conjuntas entre todos los países, y especialmente el desenvolvimiento de un marco común europeo en un campo que tiene vital trascendencia para el desarrollo de una ciudadanía activa en la Unión.

Especialmente significativa ha sido la reciente publicación del «Study on the Current Trends & Approaches to the Media Literacy in Europe», coordinado por el experto en la temática y catedrático de comunicación, Pérez Tornero (Universidad Autónoma de Barcelona, España) y con la colaboración de expertos de diferentes países de la Unión (11 informes y 30 casos de estudio). El estudio es, sin duda, un punto de arranque fundamental para el desarrollo de políticas comunes en este nuevo ámbito, que aspira a ser una importante parcela de conocimiento y ciencia en el presente y sobre todo en el futuro inmediato. El objetivo europeo de ser referente mundial en el ámbito de la sociedad de la información en 2010 exige un importante esfuerzo de formación en las nuevas tecnologías digitales y en la alfabetización mediática de la ciudadanía, siendo ésta –según este Informe– la llave del éxito en el nuevo entorno mediático que vivimos.

Partiendo de una integradora conceptualización de la «media literacy», que arranca de las primeras reuniones internacionales promovidas por la UNESCO (Grunwald, 1982; Toulouse, 1990; Viena, 1999; Sevilla, 2002), el Informe se adentra en las áreas prioritarias y ámbitos de la educación en medios, para centrarse en su segunda parte en las nuevas tendencias emergentes y el desarrollo de buenas prácticas en este mutante ámbito mediático: nuevas experiencias en el ámbito de la recepción y producción, la presencia de la educación en medios en la educación formal, las producciones escolares, la industria mediática y sus relaciones con la alfabetización, la políticas activas de las instituciones nacionales e internacionales (autoridades reguladoras, sociedad civil, organismos e industrias, etc.)... nos ofrecen un amplio y completo abanico de la situación actual y, sobre todo, las potenciales líneas de crecimiento y desarrollo de este ámbito científico de conocimiento, que requiere un espacio en las políticas internacionales, pero también un desarrollo concreto en las administraciones nacionales, regionales y locales, así como en el sistema educativo, so pena de seguir ignorando una realidad que, no por cotidiana, deja de ser preocupante, como es el escaso conocimiento con que las personas se enfrentan a diario ante los medios de comunicación, dejando que el poder persuasivo de éstos entren con toda su fuerza, sin filtros críticos; en suma, una ciudadanía sin competencias formativas y educativas que permitan una apropiación activa, creativa y constructiva de los mensajes mediáticos, claves del mundo contemporáneo.



© Enrique Martínez-Salanova 2008 para Comunicar