

COMUNICAR

Temas

«Medios de comunicación
y educación para la solidaridad»



Presentación

Medios de comunicación, educación y solidaridad

La solidaridad se nos presenta como un fenómeno con dos caras: por un lado, es un bien de consumo en la medida en que los medios de comunicación la producen y facilitan su desarrollo; nos acercan realidades lejanas y visualizan problemas próximos que despiertan en nosotros la necesidad de hacer algo por paliar dichas situaciones; y alientan nuestra indignación que a veces se transmuta en acción. Es un valor que ocupa un lugar destacado en nuestra escala, que vende ya que los medios muchas veces transportan una publicidad que atrae a los posibles compradores comprometiendo parte del beneficio que genera la adquisición de los productos en proyectos solidarios. Como objeto de consumo, la solidaridad está cuestionada porque ni supone ni implica un cambio en las estructuras que generan los problemas que pretende combatir.

Por otro lado, la solidaridad se nos plantea como un valor fundamental para organizar la vida en sociedad. Es un imperativo que exige garantizar la igualdad en deberes y derechos para todos los seres humanos, estén próximos o lejanos. Sin embargo, no puede conseguirse esta igualdad sin alterar el modelo de crecimiento seguido hasta ahora y que consagra, a nivel mundial, una enorme disparidad en el acceso a los recursos, los bienes y la riqueza producida y, a nivel nacional, una fragmentación y dualidad social. Como estas realidades son fruto de procesos históricos concretos, la solidaridad exige primero una denuncia de los intereses que han guiado su constitución y, en segundo lugar, el planteamiento de un modelo alternativo de desarrollo que fomente el ejercicio de esa igualdad en deberes y derechos. En este sentido, la solidaridad exige la implicación de cada ciudadano en la mejora del contexto que le rodea. Sin embargo, este

propósito también se ve afectado por la controversia que plantea si el aumento de la participación ciudadana en los problemas implica una disminución del papel del Estado. Nosotros consideramos que son acciones complementarias y que la acción individual y colectiva es ineludible.

¿Qué papel pueden jugar los medios de comunicación en la generación de una solidaridad que implique un cambio social? Como nos indica Gualda en el trabajo publicado en este número, el fin de los medios estará dirigido al fomento de una solidaridad entendida como obligación y sociabilidad y no como altruismo o caridad. Es decir, acentuar la necesidad de la solidaridad como medio de asegurar que ésta se desarrolle. Pero esta intención necesita resistir la presión de los intereses que dominan a las empresas dueñas de los medios de comunicación. Podemos añadir dos funciones más: la de altavoz de las realidades que nos circundan y que ya cumplen de manera destacada, y la de educación de la población en la medida que fomenta, de acuerdo con Gonna, una disposición al compromiso y no a la mera compasión y una actitud esperanzadora en la medida que se puede pensar e imaginar un mundo mejor.

Sin embargo, estos cometidos de los medios de comunicación y su vinculación con la solidaridad y la educación han de analizarse de acuerdo con el contexto en el que se desarrollan. Para facilitar una mirada crítica sobre los mismos hemos dispuesto la or-



ganización de este monográfico en dos grandes bloques: el primero está dedicado a la reflexión sobre las relaciones que se establecen entre solidaridad, medios de comunicación y educación. Así Zubero nos plantea la proximidad como un requisito para el desarrollo de la solidaridad, cuyo concepto ha variado a lo largo de la historia. Hoy día se necesita la configuración de un nosotros que implique para todos el derecho a vivir, a ser felices y a ser respetados. Estar próximo es posible gracias a la función de acercamiento de realidades que ejercen los medios de comunicación, aunque se centre más en las víctimas que en las causas que las generan. Gualda, tras repasar los significados del concepto solidaridad, insiste en las relaciones que se establecen entre medios de comunicación y solidaridad poniendo de manifiesto cómo los medios pueden estar tanto a su

servicio como en su contra. Estando a su servicio, los medios deben mostrar la necesidad de la solidaridad como obligación y desarrollar estrategias que permitan construir la acción colectiva. Desde la óptica de un periodista, Rafael Terrán, se nos plantea que la relación entre medios y solidaridad tiene que

ver con el derecho a la información como derecho humano. Acceder a la información y al conocimiento es una forma de configurar hoy en día a los ciudadanos, por tanto, aumentar las posibilidades de acceso equivaldría a fomentar la solidaridad y la igualdad. Frente a esta visión, Tabares, desde su militancia en los movimientos sociales, analiza los procesos por los que se producen la marginación y la

exclusión social, proponiendo el desarrollo de la solidaridad con una triple dimensión de protesta, propuesta y apuesta. En su reflexión estima que los medios de comunicación tienen difícil el desarrollo de una solidaridad que vaya más allá del espectáculo y de lo pasajero y superficial. Ahondando en el porqué del planteamiento de la relación entre medios de comunicación, solidaridad y educación, Valero y Brunet, de la Universidad Rovira i Virgili, analizan cómo la sociedad tiende hacia la injusticia y la desigualdad como elementos estructurales propios, de acuerdo con los procesos e intereses que dominan su constitución. Para superar esta realidad, se necesita crear nuevos espacios que contrarresten el pensamiento único y global que utiliza al mercado como medida de todas las cosas. La educación cimentada en la solidaridad puede ser uno de estos nuevos espacios. Para ello es preciso sentir la necesidad de indignación que planteaba Freire y que González recoge en su reflexión sobre la educación y la solidaridad. Sólo cuando sintamos la fuerza y el coraje necesarios podremos desarrollar nuevas acciones que contribuyan a un mundo mejor. Alida Carloni introduce un elemento nuevo en el análisis realizado hasta ahora: nos plantea que el desarrollo de los multimedia, la cibercultura y las comunidades virtuales se realiza con una visión occidental de corte racionalista dando origen a un neomecanicismo que contribuye al mantenimiento de las desigualdades. Se necesita un reajuste de los valores dominantes desde una visión holística e integral del ser humano que inunde la educación. Por último, cierra esta primera parte una reflexión de Diéguez que profundiza en el discurso crítico de la relación entre medios de comunicación y solidaridad reflexionando, desde la realidad argentina, acerca de los valores comunes de individualismo e indiferencia que rigen la sociedad y los medios de comunica-

ción. Para superarlos, plantea la necesaria democratización de los mismos y el desarrollo de una solidaridad que vaya más allá de la buena voluntad.

La segunda parte del monográfico está destinada al análisis de los medios, la solidaridad y la educación desde diferentes ámbitos prácticos. En primer lugar, Gaona nos plantea el modelo de desarrollo sostenible como un modelo de desarrollo solidario, analizando la génesis del modelo económico seguido y proponiendo la educación y la solidaridad como alternativas al mismo. Marhuenda realiza su reflexión desde la claves de la educación para el desarrollo, destacando la necesidad de que toda educación lo sea para el desarrollo y para construir un futuro donde todos tengamos cabida. Sarasola analiza la solidaridad en claves de participación ciudadana y nos advierte sobre el crecimiento de la misma en detrimento de la acción del Estado. Por último, Barcala y Matilla nos presentan una muy interesante experiencia llevada a cabo en su centro educativo y que propone a los alumnos la transformación de los mensajes publicitarios, orientados hacia la rentabilidad, la utilidad y el éxito, para educar a personas interesadas en el ser y no en el tener, cuyo elemento central sería la posesión de objetos.

Esperamos que los lectores encuentren en el monográfico elementos que les permitan profundizar en la relación entre solidaridad, medios y educación. No hemos pretendido dar respuesta a ninguna pregunta, tan sólo estimular la reflexión sobre la necesidad de construir un mundo mejor y el papel que juegan los medios de comunicación y la educación en conseguir este objetivo. Nos resta únicamente dar las gracias al Grupo Comunicar y a la dirección de esta Revista por darnos la oportunidad de presentar este monográfico.

Octavio Vázquez
Coordinador de «Temas»