

# Prolegómenos

## Tres lustros de «Grupo», un decenio de «Comunicar»

Fifteen years of «Grupo», a decade of «Comunicar»

José Ignacio Aguaded Gómez

**L**a creación de una asociación profesional en España no es nada fácil, pero mucho más difícil es su mantenimiento, afianzamiento y proyección nacional e internacional. Cuando hace quince años un grupo de docentes y periodistas decidimos crear un colectivo que intentara acercar dos ámbitos tan trascendentales en la vida moderna como la educación y la comunicación. Ciertamente es que no faltaban ganas e ilusión, pero nunca se pensó en una perdurabilidad tan prolongada en el tiempo y sobre todo nunca se imaginó que este movimiento iba a llegar tan lejos. Es verdad que la edu-comunicación se ha ido erigiendo en las últimas décadas en un movimiento internacional, de no excesiva resonancia y con aires ciertamente academicistas en muchas regiones, pero que no ha hecho más que crecer y proyectarse por doquier. Parece como si que las circunstancias así lo exigieran.

**N**o es fácil ver en las cifras de consumo mediático y en los niveles de penetración que tienen los medios en todas las sociedades del mundo para comprender la ineludible necesidad de una educación para los medios que cualifique a los ciudadanos y ciudadanas para una comprensión global e inteligente y un consumo activo de todos los medios de comunicación. Porque es evidente y cada vez más constatable que el mero y simple consumo de medios no garantiza su apropiación y menos

aún su consumo racional. Los medios, como cualquier lenguaje, exigen un conocimiento de sus códigos, de sus signos y de sus contextos para poder adquirir las «competencias» necesarias que nos hagan integrarlos en nuestras vidas, eludiendo sus subproductos, sus manipulaciones, su venta meramente comercial e ideológica.

**E**sta necesidad sentida por muchos intelectuales, investigadores, padres de familia y ciudadanos en general se ha ido vertebrando en los últimos años de una manera más o menos decidida y consistente con muchas luces y no pocas sombras. Latinoamérica fue un ejemplo notable en la década de los ochenta, pero muchos de sus movimientos, por sus debilidades organizativas, se difuminaron. Lo mismo hemos de decir de España, Portugal... Quizás el ámbito anglosajón, especialmente Canadá y Australia, han sido más constantes en estos movimientos y actuaciones tanto desde el ámbito de lo privado como de las administraciones públicas, tanto en la educación formal y no formal.



# Prolegómenos

**E**l Grupo Comunicar surge en este contexto a finales de la década de los ochenta, primero de forma embrionaria en la ciudad de Huelva, pero rápidamente se expande por toda la Comunidad Autónoma de Andalucía, siendo ésta a partir de ese momento su ámbito de intervención, aunque con muchas redes y colaboradores en todo el estado. A partir de ese momento, no sin muchos tanteos, se comienza una labor persistente y cada vez más ingente, de actuaciones en el ámbito de la formación de profesores, de padres, de alumnos y de toda la comunidad en el ámbito de la educación para los medios. Cursos, jornadas, seminarios, simposios, congresos —el último de ellos se celebra el mes de octubre en esta ciudad que vio surgir a este Grupo, con más de 550 profesionales e investigadores de más de 16 países iberoamericanos, con el sugerente título de «Luces en el laberinto audiovisual»—; pero además este colectivo profesional no sólo se ha centrado en la formación inicial y permanente de los futuros docentes y comunicadores, sino también ha desarrollado últimamente una intensa labor de investigación, algunos de cuyos resultados se pueden ver en el portal «www.grupocomunicar.com» dentro de la biblioteca virtual. Internet, la televisión, los hábitos de consumo de los escolares y jóvenes... son algunas de las temáticas analizadas. Formación, investigación, junto al pilar de las publicaciones son los tres ejes básicos del Grupo Comunicar. La edición de materiales ha sido en todos estos años una apuesta difícil y arriesgada, pero imprescindible. El vacío editorial en este campo y la dificultad de acceso para difundir experiencias de aula nos animó a apostar por la publicación de materiales didácticos cercanos a las necesidades y demandas de los docentes, padres, chicos y jóvenes. De esta forma, en más de 15 años de publicaciones, el Grupo ha generado más de medio centenar de trabajos, uno de cuyos buques insignia es esta revista científica, que con este número cumple sus diez años de existencia ininterrumpida, manteniéndose fiel a sus lectores y suscriptores, no sin dejar por ello de mejorar progresivamente secciones y el prestigio de sus colaboradores, pero siendo muy fiel a su línea ideológica desde su primer número.



**C**OMUNICAR fue desde los inicios una apuesta arriesgada, quizás un objetivo excesivamente pretencioso para un grupo con escasas posibilidades. Hoy, diez años más tarde, aquella aventura se ve con el agrado de la satisfacción más que cumplida. Sin embargo, con este aniversario, frente a la convención, no se trata de hacer autohalagos, sino de mirar al futuro con miras más aventureras. El propio Congreso Iberoamericano que se celebra estos días es una prueba fehaciente de que el movimiento no sólo tiene ideas muy claras sino que es imparable por ser científicamente productivo y, sobre todo, socialmente necesario.

**E**stamos ante un reto científico y social ineludible: La universidad y la sociedad exigen que los comunicadores y educadores den respuestas

luces para entender mejor y comprender este laberinto audiovisual al que asistimos: la presencia de los medios de comunicación en nuestras sociedades y en nuestras vidas. Sólo nos resta cumplirlo de la mejor manera posible.