

La Educomunicación

Hay que poner en marcha en las universidades la formación de maestros expertos en comunicación

ESTELA
Bernad*



Vivimos en un mundo hiperconectado, en el que la comunicación vertebrará nuestra cotidianeidad hasta extremos impensables hace pocos años. En poco tiempo, hemos pasado de poder hablar por teléfono únicamente desde casa o desde la oficina a poder hacerlo desde casi cualquier lugar del planeta. Y muy poco después, nuestro teléfono móvil ha mutado en ordenador y se han multiplicado los canales a través de los cuales nos podemos comunicar. Es un hecho que esta revolución ha impactado de forma especialmente potente en la infancia y la juventud. El uso de las pantallas se ha disparado y este cambio no ha venido acompañado de una adaptación del sistema educativo capaz de aprovechar su potencial positivo y mitigar los efectos negativos.

Asimismo, el azote del covid, que ha obligado a desplegar y extender el uso de las TIC de forma masiva en las aulas, ha llegado en un momento en que el planeta ya lidiaba con otra pandemia de tipo comunicativo: los bulos y *fake news*, presentes desde siempre en el flujo de la comunicación, habían encontrado en los algoritmos de las redes sociales los mejores aliados para optimizar su difusión. En el ámbito académico, la reflexión sobre esta cuestión había sumado una nueva capa a décadas de investigación en el ámbito de la educomunicación, un campo centrado en la alfabetización mediática. La suma de ambas pandemias ha sido definitiva para que los expertos encendiesen la luz de emergencia y llamasen la atención sobre la necesidad de introducir las habilidades comunicativas como un abanico de conocimientos transversal a todas las disciplinas. Es esta una cuestión de vital importancia tanto a nivel social como político y económico y que resulta una emergencia insoslayable.

En este contexto, **Javier Marzal**, catedrático

de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón e **Ignacio Aguaded**, catedrático de Educación de la Universidad de Huelva, han promovido el manifiesto *La educomunicación en España: un reto urgente para la sociedad digital*, que aboga por implantar la educación mediática en los planes de estudio de los futuros maestros y maestras, como vía para la citada alfabetización mediática. Con el respaldo de otro centenar de catedráticos –50 de Comunicación y 50 de Educación, procedentes de 33 universidades españolas–, Marzal y Aguaded defienden la necesidad de favorecer la formación de educadores con altas competencias comunicativas que hoy en día se perciben como necesarias para una sociedad cada día más digital.

EN EL MANIFIESTO se aboga por la necesidad de poner en marcha en las universidades españolas la formación de Maestros/as expertos en Comunicación, con un doble título de Educación/Comunicación. Se trata de un paso en la buena dirección para potenciar la formación en habilidades imprescindibles en la sociedad de la información y el conocimiento, claves entre otras cosas para conseguir una actitud crítica de la audiencia de los medios, una tarea que debe implicar a los docentes de todos los niveles educativos. Los promotores de la iniciativa han creado una web oficial con toda la información al respecto (www.edu-comunicacion.es) desde la que se ha activado también una campaña de recogida de firmas para conseguir apoyos que contribuyan a impulsar el proyecto.

Las razones para hacerlo son sobradas. En la actualidad, los planes de estudio de los Grados en Maestro/a en Educación Infantil y de Educación Primaria, así como del Máster Universitario de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas carecen de asignaturas relacionadas con el estudio de las tecnologías educativas y con la educación mediática. Al tratarse de títulos habilitantes para el ejercicio profesional, regulados estatalmente

por el Ministerio con competencias, sus contenidos vienen, en gran medida, predefinidos. No es razonable que nuestros docentes sigan formándose como si la gran revolución de la comunicación que hemos vivido en los últimos años no hubiera llegado para quedarse. Como si la forma de comunicarnos con el alumnado pudiera ser la misma que antes del tsunami que hemos experimentado todos –también la población adulta– y por tanto, pudiésemos permitirnos el lujo de ignorar que el contexto es radicalmente diferente que, por ejemplo, en los años 90.

PORTODO ELLO, y desde la preocupación por el ecosistema de la comunicación y por el progreso social, desde adComunica, la Asociación para el Desarrollo de la Comunicación, hemos decidido apoyar y suscribir esta iniciativa, dado que consideramos que constituye un paso firme de cara a avanzar, de forma efectiva, en el cumplimiento de los objetivos de la educación mediática. No en vano nuestra asociación, integrada por profesorado universitario, directores/as y personas vinculadas a medios, empresas y al sector de la comunicación en general, propugna el desarrollo de la comunicación en todas sus vertientes y aboga por la sinergia entre el mundo de las aulas universitarias y la realidad de la sociedad que las rodea.

Recordemos que una de las enseñanzas que nos ha dejado la pandemia ha sido, sin duda, la revalorización de la comunicación como vehículo de razones y emociones humanas. En adComunica somos conscientes de la necesidad de que la sociedad tenga todas las herramientas a su alcance para beneficiarse de una comunicación moderna y eficiente, al servicio de las personas y de una sociedad democrática avanzada. Y para alcanzar este objetivo, la educomunicación puede ser clave. Pero necesitamos que todos los actores, empezando por quienes tienen capacidad de decisión, cobren ya conciencia sobre la necesidad de un cambio urgente. Nos jugamos mucho. ■

***Presidenta AdComunica. Profesora de Comunicación en la UJI**