

Compromiso ético en la sociedad de la información

26/ago/2009

Dra. Andrea Francisco Amat. Profesora Departamento Educación de la Universidad Jaume I de Castellón.

Partiendo del principio de justicia social del Código Deontológico del Educador Social, consideramos que debemos tener en cuenta la perspectiva de la Educación en Medios en las intervenciones socioeducativas.

Estamos viviendo en la sociedad de la información, el espacio está cada vez más saturado de mensajes mediáticos que influyen en la construcción de nuestro imaginario colectivo.

Por ese motivo, parte del compromiso con la construcción de una ciudadanía autónoma, crítica y participativa pasa por facilitar herramientas para que las personas podamos "leer" críticamente los medios de comunicación y producir mensajes alternativos al discurso dominante.

Si queremos un espacio público abierto al diálogo y a la diversidad, necesitamos una nueva alfabetización para todos y todas que permita reducir la actual brecha digital que excluye a los que están "desconectados".

Dentro del compromiso ético que tenemos los educadores con la sociedad en la que vivimos, el presente artículo busca la reflexión sobre la introducción de esta línea en nuestras acciones educativas.

Introducción: el vínculo del educador con la ética

Como nos recuerda el [informe de la UNESCO coordinado por Delors](#),¹ la educación debe prestar atención a las múltiples dimensiones del ser humano. Desde esta perspectiva, cuatro son las rutas que debemos emprender: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser.

La educación es fuente de desarrollo, de libertad y de autonomía, de cooperación y enriquecimiento mutuo. Y el educador social tiene, entre sus líneas principales de actuación, la estimulación de ese crecimiento tanto comunitario como personal. Para ello, el compromiso con lo ético es fundamental.

El significado ético de la educación no emana de la teoría sino de la actividad. La teoría nace y es verificada por la práctica; se produce una unión entre la investigación y la acción. Las intervenciones educativas deberían estar orientadas a una transformación de la realidad a través de la evaluación y mejora continua. Un proceso cíclico de Planificación-Aplicación-Reflexión-Nueva Planificación que busca el cambio y el crecimiento de las personas partícipes en el mismo.

Es necesario contar con profesionales implicados en sus acciones y en su propio desarrollo como personas. Que tengan la motivación, la curiosidad, las habilidades sociales y el pensamiento crítico necesarios para guiar los proyectos.

Son numerosas las referencias a la necesidad de una responsabilidad ética en la actividad educativa. Desde hace años se viene trabajando en la elaboración de un [Código Deontológico del Educador Social](#),² que finalmente vio la luz en 2007. Entre sus 11 principios, destacamos el principio de justicia social, de respeto a los Derechos Humanos y a los sujetos de la acción socioeducativa, el principio de profesionalidad y el de acción socioeducativa.

Creemos que, atendiendo a estos principios, es necesaria la introducción de la Educación en Medios dentro de las acciones y proyectos que se elaboran en el marco de la educación no formal. Vivimos en la llamada sociedad de la información,³ es necesario que todos y todas podamos afrontarla en las mismas condiciones de igualdad. Esto supone capacitar a las personas para leer críticamente el espacio mediático y para producir sus propios mensajes.

Facilitando herramientas para un nuevo contexto

La intervención educativa del educador social debe dar respuesta a las necesidades de la población a la que va dirigida. Y, en la sociedad actual, parte de esas necesidades están relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

En un periodo muy reducido de tiempo las pantallas han pasado a inundar nuestra vida. Nuestro consumo mediático ha aumentado espectacularmente, cada vez pasamos más tiempo conectados a los medios. Según [estudios](#),⁴ superamos las cuatro horas y media al día dedicadas a la radio, la

televisión, e Internet. Esto sin incluir los móviles o las videoconsolas.

Es decir, cada vez tenemos más contacto con los mensajes producidos por las grandes industrias mediáticas. Unos mensajes que, no hay que olvidar, nos influyen a la hora de configurar nuestro imaginario colectivo. Los medios construyen realidades, marcan estilos de vida, nos informan de los acontecimientos, promueven estereotipos y contribuyen a la definición de lo que es "normal y aceptable" y lo que no.

Por otra parte, la información ha pasado a convertirse en materia prima. Es fuente de riqueza, de trabajo y, también, de exclusión social. Esto está provocando la llamada brecha digital entre quienes tienen acceso y competencias para utilizar la red y quienes quedan fuera.

Por todo ello: la fuerte penetración de los medios en todos los espacios, con su poder e influencia, y el papel clave de las TIC en la economía; es importante dotar a los ciudadanos de las herramientas que les permitan ser autónomos, críticos y participativos en este contexto. Sobre todo si queremos recuperar el espacio público.

Mercantilización del espacio público

Bauman⁵ advierte que se ha producido una colonización del espacio público por parte del mercado. Y eso tiene unas consecuencias para la convivencia. Si desaparece el espacio público, desaparece el punto de reunión y diálogo en condiciones de igualdad de todas las personas.⁶ Si no disponemos del lugar donde debatir los asuntos comunes junto con toda la comunidad, ¿cómo enfrentarnos a las contradicciones sociales? ¿Cómo transformar la sociedad colectivamente? ¿Cómo desarrollarnos?

Como era de esperar, esta transformación del espacio público se produce al mismo tiempo que aumenta la individualización. Las preocupaciones individuales han expulsado el discurso público y lo han sustituido por inquietudes privadas, sin lugar para negociar entre los intereses del individuo y el bien común.

En este contexto, dominado por lo económico, las personas se construyen a través del consumo. Diariamente, reforman y renegocian su identidad y sus lazos con el resto de seres humanos, fabricando frágiles identidades y creando comunidades débiles. Mientras, se enfrentan individualmente a la inseguridad, a la incertidumbre, a la desigualdad y a la falta de arraigo social.

Se supone que tienen a su disposición infinitas posibilidades de elección y el derecho a su autodeterminación, pero no cuentan con las condiciones sociales que hacen viable la autodeterminación real. Hay una brecha entre sus derechos sobre el papel y los derechos que realmente pueden ejercer.⁷ El ser humano tiene que lidiar en soledad con estas cuestiones, que necesitan de respuestas colectivas, al mismo tiempo que se produce una lenta desintegración del concepto de ciudadanía.

Por otra parte, la desaparición de los espacios públicos civiles también está afectando a la convivencia con el otro. La interacción con personas diferentes a nosotros es todo un arte, requiere la capacidad y el esfuerzo de comprender, de negociar, de pactar con otros.⁸ En las ciudades ya no hay lugares para el encuentro entre personas heterogéneas sino espacios de transición. En ese cambio, reducimos la capacidad de tolerar la diferencia.

La división está realizada a partir de los valores económicos. Y se produce, como apunta Bauman,⁹ una sensación palpable, cada vez más acusada, de falta de comunicación entre sitios y personas no muy distantes, aunque separados en el aspecto económico. Una valla separa el gueto voluntario de los ricos y poderosos y de los incontables guetos forzosos en que viven los desheredados.

En este contexto, la industria mediática ha contribuido a ensalzar este sistema de vida individualista, ha marcado los roles y estereotipos de cada clase social y ha apuntado el estilo de vida "correcto". Además, su visión ha sido homogenizante y poco representativa, sin espacio para la diversidad; reflejando unos ideales de vida difíciles de alcanzar para la mayor parte de la población.

Por otra parte, las nuevas tecnologías de la comunicación han contribuido a la fragmentación social. Primero, porque excluyen a las personas que no tienen acceso y competencias para utilizar las TIC. Pero también porque ha facilitado la comunicación de unos pocos entre ellos, pero les ha incomunicado con el diferente, aquel con el que se ha de hacer un esfuerzo de negociación.

Señala Castells¹⁰ que hay una incomunicación cada vez más grave entre los mundos de las dos

categorías de ciudadanos. El nivel superior suele estar conectado a las redes de comunicación mundiales y a un inmenso circuito de intercambios, dispuesto a recibir mensajes y experiencias que abarcan el mundo entero. Al otro extremo se encuentran las redes locales fragmentadas cuya personalidad nacional es el recurso más valioso de que disponen para defender sus intereses y, en último término, su propio ser.

Por último, nuestras democracias también han sufrido unos cambios importantes en este nuevo universo mediático. Estamos ante un nuevo modelo basado en la "audiencia".¹¹ La campaña política se centra en la venta de un candidato a través, principalmente, de las pantallas. El mensaje audiovisual, simplificador e icónico, condiciona los discursos políticos en un contexto ya de por sí sobresaturado de información.

La consecuencia es el aumento de poder de los asesores de comunicación que basan sus estrategias en la imagen y las historias anecdóticas, convirtiendo a los candidatos en personajes que parecen sacados de una ficción.¹² El diálogo y el discurso político se pierden al mismo tiempo que lo hace el espacio público.

Construyendo ciudadanía en el siglo XXI

Por todas estas razones, es necesaria la introducción de la Educación en Medios dentro de los proyectos que elaboramos los educadores sociales. Una acción socioeducativa que promueva tanto la lectura crítica de los mensajes mediáticos como la producción creativa de productos propios alternativos al discurso dominante. Una educación que permita a la ciudadanía conocer los nuevos lenguajes para construir con ellos un espacio público con capacidad para el diálogo y la diversidad.

Es necesaria una educación que facilite la inclusión de todos y todas en esta sociedad; que dé herramientas para poder aprovechar sus oportunidades, para poder convertir la información en conocimiento, para poder participar dentro de ella.

Si atendemos a los principios del Código Deontológico del Educador Social, el desarrollo de esta perspectiva es una cuestión de justicia social; porque la Educación en Medios es un derecho fundamental para poder ejercer y disfrutar de una ciudadanía plena en el nuevo marco en el que la sociedad está desarrollándose. Es un medio para introducir el debate ético de los cambios que están aconteciendo.

Notas:

- (1) DELORS, J. *La educación encierra un tesoro*. UNESCO. Disponible en: http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF (fecha de consulta: abril 2009)
- (2) El texto completo se puede encontrar en el portal Eduso.net, en la siguiente dirección: <http://www.eduso.net/archivo/docdow.php?id=58> (fecha de consulta: abril 2009)
- (3) CASTELL, M. *La era de la información. Vol 1 La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, 2001
- (4) BAROMETRO COMUNICACIÓN. Informe "Dieta mediàtica i cultural dels joves". <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/includes/noticies/fitxers/entrada6794/fitxer2327/comunicat-cast-20081029.pdf>
- (5) BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2007.
- (6) ARENDT, H. *La condición humana*. Barcelona: Paidós, 2005.
- (7) BAUMAN, Z. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo Cultura Económica, 2003.
- (8) SENNETT, R. *Vida urbana e identidad personal*. Barcelona: Península, 2001.
- (9) BAUMAN, Z. *Confianza y temor en la ciudad*. Barcelona: Arcadia, 2006.

(10) CASTELLS, M. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política, en Revista *TELOS*, núm. 74, enero-marzo 2008, disponible en:<http://www.campusred.net/TELOS/articuloAutorInvitado.asp?idarticulo=1&rev=74>

(11) MANIN, B. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

(12) SALOMON, C. *Storytelling*. Barcelona: Ediciones Península, 2008.