

# Publicitar la Educación en Comunicación desde la Universidad del siglo XXI

Agustín García Matilla. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UVA en el Campus de Segovia. (Lección inaugural del Curso 2009-2010. Impartida el 1 de octubre de 2009)

Señor Rector, Autoridades Académicas, miembros del PAS, alumnos, autoridades institucionales, representantes de los medios de comunicación, amigos y amigas.

## MI CIRCUNSTANCIA

Quien ahora les habla pudo ser fracaso escolar. Les parecerá increíble que alguien que siente este acto como uno de los momentos más bellos y emotivos de su trabajo profesional pueda comenzar esta lección inaugural reconociendo una limitación y tratando de explicar por qué ama la educación y la comunicación. Desde que tuve uso de razón en mi familia oí hablar de educación, oí hablar de cine y de teatro, oí hablar de radio y de televisión y sentí el palpar en el entorno familiar de las vocaciones de mis hermanos y de mi padre. Mi madre y mi hermana, han sido por su parte dos excelentes comunicadoras de lo cotidiano, voces dulces y cálidas llenas de ternura a lo largo de mi vida. Sin todos estos estímulos positivos, probablemente, ni siquiera habría sido universitario.

Siguiendo a Ortega debo reconocer que mi circunstancia personal favoreció decisivamente el que en estos momentos pueda estar dirigiéndome a ustedes, como un profesor universitario vocacional, para hablarles de cómo yo siento la Educación y la Comunicación y por qué he llegado a la conclusión de que la Educación en Comunicación debería ser materia imprescindible en la Universidad Española del siglo XXI, en los niveles educativos no universitarios y en la educación permanente de todos los ciudadanos y de todas las ciudadanas. En mi opinión, nuestro sistema educativo necesita una “*realfabetización*” en comunicación que debería venir facilitada por una auténtica renovación educativa.

Mi padre, Eduardo García Maroto<sup>1</sup> quiso ser en realidad ingeniero y acabó en el cine de forma casual. Sus padres no pudieron costearle una carrera universitaria y desde muy joven empezó trabajando en los húmedos laboratorios de revelado de Madrid Film. En esa época, el final de la década de los años veinte del siglo pasado, completaba sus ingresos componiendo las letras de los títulos de crédito que aparecían en las películas mudas. En los días de fiesta corría de una sala cinematográfica a otra para poder llegar a tiempo a la siguiente sesión. Devoraba cine. No se conformó con eso y aprendió a trabajar como uno de los primeros operadores de cámara que utilizó el *transfocator*, mecanismo que años más tarde se llamaría *zoom*. Su curiosidad le llevó a especializarse como montador. Fue el montador de alguna de las primeras películas de Luis Buñuel rodadas en España (una versión de D. Quintín el Amargao en la que el director aparecía en títulos de crédito como mero supervisor, aunque ejerció realmente como director), y viajó a París para aprender a sonorizar los primeros

---

<sup>1</sup> GARCÍA MAROTO, Eduardo (1988); Aventuras y desventuras del cine español. Plaza y Janes, Barcelona.

documentales que se hicieron en el cine sonoro. En los años treinta, dirigió una serie de cortometrajes que parodiaban el cine de género norteamericano: *Una de fieras*, *Una de miedo* y *Ahora una de ladrones*, fueron cortometrajes absolutamente innovadores con diálogos de Miguel Mihura. Todos resultaron éxitos de taquilla. En aquella época en la que el cine era un contenedor de géneros como los noticieros, los cortos de dibujos animados y los cortometrajes de argumento, la sesión acababa con el plato principal, el largometraje que cerraba una verdadera y espectacular programación. Éste era el nutriente cóctel que se les ofrecía a los espectadores de los años treinta en una sesión continuada que venía a anticipar el concepto de programación televisiva.

En 1936 estrenó su primer largometraje *La Hija del Penal*, que batió en las taquillas de los cines de la Gran Vía madrileña a algunas de las míticas película norteamericanas que por aquella época llegaban a nuestras pantallas. El año 1936 no iba a ser un buen año para España, se abría una de las épocas más negras de nuestra historia. La carrera de García Maroto se quebró y en lugar de exiliarse, nuestro padre optó por tratar de volver a ejercer su profesión. La censura le impidió rodar películas que respondieran al estilo de cine parodiesco y cómico que tantos éxitos le había dado y que era ahora prohibido sistemáticamente. García Maroto hizo todos los intentos posibles por recuperar la ilusión, llegó a formar cooperativa con Fernando Fernán Gómez y con otros profesionales españoles pero el sistema de valoración de las películas franquista impidió que la cooperativa recibiera ayudas económicas y pudiera salir adelante. También lo intentó con el cine infantil. Llegó a rodar una versión de *El Quijote* para niños y recibió diversos premios, pero la falta de ayudas a un cine más ambicioso le impidió seguir esa trayectoria. En la última fase de su carrera, las grandes productoras norteamericanas vieron en García Maroto al hombre ideal para coordinar la producción de grandes superproducciones. Intervino como Director de Producción en España de títulos como *Alejandro Magno*, *Salomón y Saba*, *Orgullo y Pasión*, *Spartaco* o *Patton*. En este último film, el penúltimo de su carrera, el trabajo del equipo español en *Patton*, (algunas de cuyas escenas se rodaron en los montes de Valsaín), fue reconocido en los oscar concedidos al decorador Gil Parrondo y al ambientador Antonio Mateos. Estos fueron los primeros oscar a los profesionales españoles.

Todo el que conoció a Eduardo García Maroto lo definió como un hombre de cine, un hombre honrado, un caballero que, por cierto, nunca recomendó a sus hijos que se dedicaran al mundo del cine, ni al de los medios de comunicación en general. La inseguridad de la profesión, la angustiosa espera entre una película y otra, hizo que Eduardo García Maroto recomendara a sus hijos mantenerse al margen de ese mundo. Sin embargo Luis, Eduardo y yo mismo, sentimos que el mundo de la imagen era suficientemente motivador como para no hacerle caso... En todos estos años, los tres hemos transitado por territorios profesionales que nos vinculan con el mundo de la imagen y con la educación.

He querido empezar hablándoles de mi circunstancia y de lo que significa sentir la vocación en el propio entorno familiar. Aún cuando la recomendación del padre sea alejarte de lo que él hace, los estímulos llegan también por el lenguaje no verbal, por la transmisión de la emoción que produce el placer vocacional por el trabajo y por la comunicación de valores como la honradez o la tenacidad. Tener conciencia de que todo eso es una inmensa suerte y una descomunal ventaja, ayuda a trabajar de otra manera comprometido con la educación y

con la comunicación. No podría dejar de transmitirles la sensación que creo que comparto con mis hermanos y con mi propia hermana. No hay herencia que pueda llenar tanto como el reflejo de lo que significa el placer de sentir que la experiencia que te comunican tus padres sirve para vivir mejor. Esto no tiene nada que ver con el dinero, con el poder, con el prestigio... Tiene que ver directamente con el aprender a vivir mejor y con la convicción de que tienes que intentar devolver lo que la suerte y tu circunstancia misma te han otorgado. No hay herencia merecida y, si aceptamos vivir en sociedad, quienes nos dedicamos a la educación deberíamos tratar de ayudar a pensar a nuestros alumnos que estamos entre ese 3% de la población mundial que vive en la abundancia, a todos los niveles. Han oído bien, a pesar de la crisis en la que nos han metido los especuladores del sistema económico que compartimos, pertenecemos a ese mismo 3% de la población que vive muy por encima del nivel de vida de la inmensa mayoría de los habitantes de este planeta. Eso nos debería cargar con una inmensa responsabilidad.

Siempre he pensado que la educación debería fomentar el que los seres humanos convirtiéramos las aparentes casualidades en causalidades y desde que comencé mi trayectoria académica pensé que debería ganarme el que el destino me hubiera reservado la suerte de poder dedicarme a mi vocación. De esto y de otras cosas quiero hablarles en el resto de mi intervención.

## **PROFESORES DIGNOS DE SER RECORDADOS**

Cuando año tras año, en las primeras clases de la carrera, hago la misma pregunta a mis alumnos y a mis alumnas de cualquier asignatura: ¿A cuántos profesores y profesoras recordáis desde que tenéis memoria?, casi siempre me encuentro con las mismas caras de sorpresa, después de unos momentos de silencio, los estudiantes intentan recordar, se concentran, piensan y, algunas personas, casi siempre uno o dos alumnos, una o dos alumnas, verbalizan, como mucho, tres o cuatro nombres: don Ramón mi profesor en cuarto curso: “me hizo descubrir las Matemáticas”, porque, “hasta ese curso yo no entendía nada, creía que era un inútil”, Lidia, una profesora de Historia “que consiguió hacerme vivir una materia que siempre se me había hecho cuesta arriba, aburrida y lejana”... “Daniel, me dio una optativa de Comunicación Audiovisual, yo era un desastre para el dibujo y ahora estoy aquí por él”. Unos nombres con cara, a veces unas caras sin nombre y en otras ocasiones, más a menudo, el recuerdo del profesor o de los profesores que nos amargaron la vida. Curso tras curso, testimonios muy parecidos de alumnos y alumnas que en la mayoría de los casos, apenas recordaban unos pocos nombres o unas pocas caras de sus profesores y profesoras.

Piensen ustedes, al escucharme, habrán empezado a recordar, sí, traten de recordar... qué nombres, qué caras, que profesores recuerdan en sus 15 años, 18 años, de experiencia escolar y universitaria. Año tras año, curso tras curso, la mayor parte de los alumnos preguntados sólo consiguen recordar algunos pocos nombres, y otras muchas veces, ni una sola referencia a un profesor o profesora que les haya dejado huella en todos esos años de paso por las aulas.

Quizás tengamos la inquietud de preguntarnos ¿Qué necesita un profesor para ser recordado por sus alumnos? ¿Es importante que los alumnos recuerden a sus profesores o compartimos

la misma mentalidad de aquellos que dicen: “¿Cómo va a valorar el ratón al gato?” Sí, han oído bien, estas palabras se oían en los pasillos de una Facultad madrileña cuando los profesores iban a recoger las evaluaciones que el alumnado hacía de los docentes. La frase “¿Cómo va a valorar el ratón al gato?” y otras parecidas salían de las bocas de algunos profesores que nunca llegaron a recoger sus evaluaciones docentes.

Pongamos algún ejemplo de lo que significa esa misión que representa el privilegio de educar. Muy lejos de nosotros, en Japón, el profesor Toshiro Kanamori entra a su clase en una escuela de Educación Primaria, en Kanzawa, al norte de Tokio, todos los años al comienzo de curso pregunta a sus alumnos de una media de 10 años de edad: ¿Qué es lo más importante en este año? ¿Para qué estamos aquí? Los alumnos responden al unísono: “para ser felices”. Éste profesor tiene claro que su prioridad es enseñar a sus alumnos y a sus alumnas a cómo vivir una vida feliz, y cómo, para conseguir ese objetivo es importante que seamos capaces de cuidar a las otras personas.

Sus clases no obvian la necesidad de impartir materias como Matemáticas, Lengua o Conocimiento del Medio, pero el profesor tiene claro que la escuela y el sistema educativo en su conjunto, deberían educar para la vida. Un programa de la cadena japonesa NHK, titulado *Children Full of Life*, al que pueden acceder fácilmente en You Tube

<http://www.youtube.com/watch?v=armP8TfS9Is>,

muestra cómo Kanamori adapta sus clases a los acontecimientos de la vida o al estado de ánimo de sus alumnos en diferentes momentos del curso. La muerte del abuelo de uno de los escolares puede generar una clase en la que el niño que ha sufrido la pérdida de su familiar es invitado a hablar de sus sentimientos sin ocultar sus emociones. El resto de los niños oye atentamente a su compañero y se identifica con él. Los escolares se animan a contar sus propias experiencias. Muertes de familiares, personas cercanas, personas queridas. Surge la emoción, lloran o muestran sentimientos de empatía hacia otros niños que han sufrido una pérdida similar, quizás una abuela, un abuelo, el padre o la madre. Niños y niñas de 10 años, hablan de sus sentimientos sin que nadie les corte, sin que nadie tenga miedo a que la clase se le vaya de las manos por haber dado rienda suelta a las emociones. El profesor Kanamori no elude acariciar o besar a sus alumnos. En un país como Japón al que hemos asociado en occidente con una imagen estereotipada más, una más de las muchas que manejamos, como un país en el que se suele ocultar los sentimientos, un maestro, es capaz de abrir a sus alumnos la puerta de las emociones.

¿Cuántos docentes tenemos tan claro, como Kanamori, que los buenos profesores son capaces de conectar la vida con la teoría y la teoría con la vida?.<sup>2</sup>

## **PIONEROS DE LA EDUCACIÓN Y PEDAGOGOS DE LA COMUNICACIÓN**

A finales del siglo XIX el médico y psicólogo Ovide Decroly<sup>3</sup>, se interesó por la pedagogía y lo hizo a partir de sus estudios científicos sobre niños con enfermedades mentales. Para Decroly

---

<sup>2</sup> <http://blocs.mesvilaweb.cat/node/comment/id/90078> Acceder al artículo de la profesora María Lozano Estivalis, (22 de abril de 2008), docente de la Universidad Cardenal Herrera-CEU de Valencia que a partir de la experiencia de Kanamori hace una excelente reflexión sobre la tarea de educar.

cualquier teoría sólo tenía sentido si se veía confirmada en la práctica. Si tomamos sus propias palabras “el desarrollo del niño es el resultado de su crecimiento biológica y de su experimentación activa en el medio en el que se encuentra”. Según esto, la escuela deberá encontrarse allá donde esté la naturaleza, allá donde esté la vida y allá donde esté el trabajo.

En las primeras décadas del siglo XX, otro gran maestro, Celestin Freinet, utilizó una tecnología, tan vieja como la imprenta, para poder dar la palabra a los escolares. La imprenta escolar de Freinet sirvió para que sus alumnos, muchachos y muchachas de zonas rurales de Francia, iniciaran una fructífera correspondencia escolar con alumnos y alumnas de otras escuelas rurales. Freinet promovió en los albores del siglo XX, algo que finalmente ha hecho suyo hace muy pocos años el Espacio Europeo de Educación Superior y el espíritu de Bolonia: *el alumno debe ser el centro del sistema educativo*. En una pequeña escuela rural de Francia, Celestin Freinet<sup>4</sup> descubrió esto mismo hace casi un siglo; un profesor, de físico endeble y moral de roble, un MAESTRO con mayúsculas, consiguió transformar los viejos métodos pedagógicos, con un modelo de educación sencillo que tenía en cuenta como elemento central de su método, a sus alumnos. Freinet, el profesor motivador, generador de actividad en el aula, supo valerse de técnicas y recursos que podríamos considerar, artesanalmente multimedia: una pizarra, quizás desvencijada y una pequeña imprenta. Con esos pocos mimbres, Freinet armó un cesto con el que consiguió implicar a decenas de escuelas francesas. Cientos de escolares se ejercitaron en una forma, no habitual de comunicación, aplicaron en la práctica la teoría del texto libre. Una técnica que animaba a los niños a expresarse por la palabra o a través del texto escrito sin que el maestro tuviera que imponer ningún tipo de pie forzado. Las técnicas Freinet consiguieron formar a escolares entusiasmados de poder hablar del lugar que habitaban, y orgullosos de poder contar cómo era su escuela o su ciudad, o de describir el entorno en el que les tocaba pasar tantas horas al día.

Freinet ha pasado a la historia de la educación pero en la era digital es un olvidado, ni siquiera los alumnos de Educación suelen llegar a comprender la vigencia de este extraordinario educador comunicador. Hoy, más que nunca, debemos reivindicar las enseñanzas de Freinet<sup>5</sup>, su extraordinaria intuición y su capacidad de anticipación.

Al mismo tiempo que cantamos las maravillas de la web 2.0 y seguimos expectantes con la futurible web 3.0, pensemos, por una vez, anticipadamente, la comunicación que queremos construir en el siglo XXI.

Me gustaría subrayar la necesidad de hacer público, que la educación implica emoción y que emoción significa llegar a descubrir lo que moviliza a nuestros alumnos, si no provocamos la emoción nunca podremos ir más allá.

---

<sup>3</sup> DECROLY, Ovide (2006) La función de globalización y la enseñanza y otros ensayos. Madrid Biblioteca Nueva : Secretaría General Técnica del MEC.

<sup>4</sup> FREINET, C. (1896-1966): Consejos a los maestros jóvenes, Barcelona, Laia, 1978.

<sup>5</sup> FREINET, C. (1896-1966): El diario escolar, Barcelona, Laia, 1977.

Otros muchos históricos pedagogos e innovadoras pedagogas<sup>6</sup>, contribuyeron a una educación transformadora que ponía al niño en el centro del proceso de enseñanza aprendizaje, los nombres de María Montessori, John Dewey, Fernando Giner de los Ríos, Antón Makarenko, Francisco Ferrer Guardia, Jean Piaget, Lorenzo Milani, Lawrence Stenhouse o el propio Paulo Freire y sus seguidores. Todos ellos, mucho antes de que lo hiciera Bolonia pusieron al alumno en el centro del proceso de comunicación educativa.

Las aportaciones de todos los pedagogos citados y de muchos otros que han seguido estas y otras escuelas no citadas, nos permiten identificar a Paulo Freire<sup>7</sup>, como uno de los pedagogos cuya propuesta establece los puentes más claros entre educación y comunicación. Freire teoriza sobre la importancia de una alfabetización que él denomina “concientizadora”. Esta concientización, heredera de muchos de los postulados teóricos del maestro francés Freinet reivindica que la alfabetización no sólo consiste en enseñar a leer palabras y a expresarse a través de la escritura, sino que aboga por una educación crítica que ayude a interpretar el mundo y, en consecuencia, a transformarlo. Alfabetizar es mucho más que aprender a leer y a escribir; para Freire<sup>8</sup> es una forma de toma de conciencia que pone el énfasis en el proceso educativo que vincula pensamiento y lenguaje y que no se centra exclusivamente en los contenidos o en los resultados de aprendizaje.

### **CAMBIOS TECNOLÓGICOS PROGRESIVOS**

Estamos en un momento de transformación absoluta del universo comunicativo vivido desde que en 1895, los hermanos Lumière presentaran la primera proyección cinematográfica; en esa época la fotografía seguía gozando de gran popularidad y años después sería el primer medio de registro de imágenes al alcance de un cada vez mayor número de ciudadanos. En 1923 la radio se convirtió en un medio de gran popularidad. Las experiencias pretelevisivas pioneras de los años veinte, dieron lugar a las primeras emisiones de televisión regulares a partir de 1936 y al asentamiento definitivo del medio en la mayor parte de los países del mundo a partir de los años cincuenta. La comercialización del casete de audio en 1964, representó un hito que daba a los usuarios la posibilidad de registro y reproducción sonora e impulsaba una industria de medios de uso individualizado que ya había nacido con el disco de vinilo. El audiocasete se convirtió en uno de los denominados “*selfmedia*” junto con otros soportes de cine para aficionados como el 8mm y el super 8mm. La aparición de estos formatos de registro pioneros, en audio y cine, representaban un potencial para que en los años setenta del siglo pasado, los propios usuarios, que antes se habían limitado a ser meros espectadores, empezaran a ser productores de sus propios mensajes.

Esta amplia potencialidad de recursos llevó al canadiense Jean Cloutier a hablar de *L’Ere Emerec*,<sup>9</sup> - en español la era del Emisor Receptor-, o lo que era lo mismo, en los años setenta

---

<sup>6</sup> AA.VV. (2000): Pedagogías del siglo XX. Barcelona, CISS Praxis.

<sup>7</sup> FREIRE, Paulo (1967) Educação como prática da liberdade. . Río de Janeiro, Paz e Terra.

<sup>8</sup> FREIRE, Paulo (1970) Pedagogía del Oprimido. Montevideo, Terra Nueva.

<sup>9</sup> CLOUTIER, Jean (1972) L’Ere d’emerec ou la communication audio-scripto visuell à l’heure des self-média. Montreal, Les Presses de l’université de Montreal.

del siglo XX, cualquier ciudadano tenía la oportunidad de ser a la vez emisor y receptor de mensajes a través de medios audiovisuales que anteriormente habían estado reservados a los profesionales. La utopía a la que se refería Cloutier en 1972, se vio reforzada con la comercialización de los magnetoscopios de vídeo doméstico: en 1973 se comercializó el vídeo en formato de media pulgada, VHS y en 1976 apareció en el mercado el BETAMAX; el vídeo 2000 de patente holandesa fue la tercera marca en aparecer y la primera en desaparecer. El primer magnetoscopio de vídeo profesional se había fabricado por la casa Ampex en 1956 y constituyó un verdadero hito pues hasta esa fecha los canales de televisión sólo podían conservar los programas registrados en soporte cine; con la llegada del magnetoscopio se facilitó el almacenaje y conservación de los programas y esto ha permitido conservar gran parte del archivo histórico de la televisión.

Si seguimos el ciclo de inventos, hallazgos y desarrollos tecnológicos que se relacionan con la comunicación audiovisual entre finales del siglo XIX y hasta bien cumplidas las tres cuartas partes del siglo XX, habría que destacar que esta lista de tecnologías emergentes, disponibles sucesivamente para un uso individualizado o colectivo de la ciudadanía, habían ido apareciendo con intervalos de entre 15 y 20 años, lo que daba oportunidad para que una parte de la sociedad fuera asimilando las tecnologías renovadas e incorporando su uso. Es muy importante que nos quedemos con este dato para compararlo con lo que ha representado y sigue representando la catarata de inventos, hallazgos tecnológicos, desarrollos y adaptaciones que hemos vivido en los últimos 20 años y que seguimos viviendo en la actualidad. Medios y sistemas de información y de comunicación que nacen, sufren una inmediata evolución y se solapan con otros nuevos desarrollos. Volveremos a ello un poco después cuando comparemos los conceptos de *nativos digitales* e *inmigrantes digitales*, pero antes quiero acabar este apartado recordando cómo algunos educadores fueron pioneros en el intento de formar a sus alumnos como nuevos emires, emisores receptores, capaces de desarrollar un pensamiento crítico transformador de la sociedad.

## **EDUCAR EN MATERIA DE COMUNICACIÓN**

Algunos medios fueron utilizados de forma inmediata por aquellos educadores avezados que desde el primer momento vieron las inmensas potencialidades educativas de estos recursos comunicativos. En muchos países de América Latina, la corriente de Comunicación Popular que inundó Centroamérica y Sudamérica, llevó a esos MAESTROS educadores a aplicar las enseñanzas de Paulo Freire, adaptadas al mundo del audiovisual. En Colombia, la emisora Radio Sutatenza<sup>10</sup> fue pionera en el uso de la radio como medio de alfabetización y de activa participación ciudadana. Mario Kaplún<sup>11</sup> o Luis Ramiro Beltrán<sup>12</sup>, fueron algunos de los educadores pioneros que utilizaron la radio como el medio de comunicación más económico y eficaz para la alfabetización de las comunidades campesinas y de las

---

<sup>10</sup> <http://www.comminit.com/es/node/150016/37>

<sup>11</sup> KAPLÚN, Mario (1998) Una Pedagogía de la Comunicación. Madrid, Ediciones De la Torre.

<sup>12</sup> <http://www.infoamerica.org/teoria/beltran1.htm>

comunidades indígenas que trataban de sobrevivir tras los muchos años de políticas de exterminio.

Desde muy pronto, la aplicación de las enseñanzas de Freire sobre alfabetización en lecto escritura quisieron adaptarse al mundo audiovisual y en Chile, Valerio Fuenzalida<sup>13</sup> creó la organización CENECA. El concepto de alfabetización audiovisual se extendió rápidamente por toda América latina y, dentro de Europa, Francia siguió siendo la nación pionera. Ya en 1952 Antoine Vallet<sup>14</sup> se había referido al concepto de Langage Total, Lenguaje Total, viendo la necesidad de que la escuela trascendiera de una visión restrictiva que imponía una alfabetización exclusiva en la lecto-escritura, para tratar de incorporar la enseñanza de los nuevos lenguajes audiovisuales a la escuela. Su discípulo Francisco Gutiérrez llevó al continente americano sus enseñanzas a partir de los años sesenta. Por su parte, otra discípula, esta vez del semiólogo francés Christian Metz<sup>15</sup>, llamada Geneviève Jacquinet, se encargó de profundizar en su libro *Image et Pedagogie*<sup>16</sup>, en las relaciones entre la educación y la comunicación audiovisual.

La década de los sesenta y de los setenta fue la edad de oro en la búsqueda de la interacción educativa entre medios de comunicación y sistema escolar. En ese período surgieron en todo el mundo experiencias de televisión que pretendían ser útiles a la educación. En Europa, la BBC fue la cadena pionera en preocuparse por la Educación de los telespectadores en materia de comunicación, para hacerles competentes en los nuevos lenguajes. Las televisiones públicas de Alemania, España, Francia, Italia u Holanda se interesaron por desarrollar experiencias de televisión educativa más o menos continuadas. La NHK japonesa desarrolló su Televisión Escolar, incorporando magnetoscopios de vídeo y monitores de televisión en las escuelas, promoviendo una interacción básica de los profesores y los alumnos con el medio televisivo. En América del Norte, Estados Unidos fue el país pionero en modificar el tópico que identificaba a la televisión educativa con lo aburrido, *Sesame Street*<sup>17</sup>, conocida en América Latina como *Plaza Sésamo* y en España como *Barrio Sésamo*, fue el primer programa que consiguió utilizar con éxito los mejores recursos de la televisión al servicio de la educación y se emitió en más de un centenar de países. En América del Sur, Argentina, México y Colombia, entre otros países, destacaron por desarrollar interesantes experiencias de televisión al servicio de la educación, y en otros continentes, en naciones como Australia, India, Israel, Egipto, etc, hubo también interesantes iniciativas de televisión educativa<sup>18</sup>. Este rápido repaso nos da a entender que hubo un tiempo en el que la radio y la televisión, tuvieron un uso

---

<sup>13</sup> FUENZALIDA, Valerio y Hermosilla, María Elena (1989): Evaluación de la experiencia de CENECA en recepción activa de la televisión. Santiago de Chile. OREALC; CENECA.

<sup>14</sup> VALLET, Antoine (1970) El lenguaje total. Zaragoza, Edelvives.

<sup>15</sup> METZ, Christian (1971) Langage et cinema. Paris, Larousse.

<sup>16</sup> JACQUINOT, Geneviève (1977): Image et pédagogie. Paris, Puf l'éducateur.

<sup>17</sup> DAVIS, Michael (2008). *Street gang: The complete history of Sesame Street*. New York, Viking Penguin.

<sup>18</sup> GARCÍA MATILLA, Agustín (2003), Una Televisión para la Educación. La utopía posible. Barcelona, Gedisa.

educativo prioritario y que sigue habiendo países en los que se le da una gran importancia a los usos educativos de la televisión.

## **EL VÉRTIGO A PARTIR DE LA DÉCADA DE LOS OCHENTA**

En 1977 se presenta el primer ordenador con un coste de 6.000 dólares – y hasta 1980 no se volvió a tener noticias de este invento que, como casi siempre, no suscitó excesivo entusiasmo inicial-. Quién podía imaginar en 1977 que el ordenador sería para algunos usuarios, infinitamente más importante que algunos familiares cercanos. En 1981 se comercializa el primer CD rom con un contenido de piezas musicales dirigidas por Von Karajan, la gente se pregunta cómo en una superficie tan plana y sin surcos puede haber más temas musicales que en un disco de vinilo. En este mismo año de 1981, aparecen en el mercado los primeros teléfonos móviles, unos armatostes de varios kilos de peso que parecen convertir a sus usuarios en operadores de telecomunicaciones de la Guerra de Vietnam. La población mira con sorna y acusa de snobs a estos ciudadanos, por cierto, con recursos económicos suficientes como para agenciarse esta tecnología aparentemente absurda ¿con lo cómodo que era hablar desde las cabinas telefónicas? Y eso a pesar del miedo que teníamos los españoles a que se nos cerrara la puerta de la cabina mientras hablábamos. El director Antonio Mercero y su galardonada en Cannes *La Cabina* fueron los culpables de esta peculiar paranoia ibérica.

En 1988 aparece la Nintendo Entertainment System, una verdadera revolución para todos los niños y jóvenes que desde el verano de 1972 jugábamos partidas de ping pong con un primitivísimo videojuego que permitía echar una siesta desde que la raya electrónica golpeaba en la abstracta raqueta y otra raya, a modo de pelota, volvía a nuestro campo electrónico. Para los jóvenes estudiantes presentes en esta sala, esto les sonará al pleistoceno.

En 1989 se presentaba la *Game Boy*, en 1995 el *mp3* y en 2002 el *Ipod*. Aunque parezca mentira hasta 2006 no aparece la *Wii*, culpable de tantas hernias en padres de familia mayores de 40 años.

Todavía hay más, mucho más, porque, paralelamente, no habríamos podido imaginarnos el mundo sin la *World Wide Web* (WWW) que empieza su proceso de universalización a partir de 1991. *Netscape surge* en 1994, *Internet Explorer* en 1995, y *Google* en 1998, todos estos hallazgos de la industria representan sobre todo en el caso de este último buscador, la aparición de una serie de herramientas que, en primera instancia, contribuyen sin ningún género de dudas a facilitarnos la vida, permitiéndonos encontrar cualquier dato que queramos localizar en tan sólo unos segundos. Paralelamente, y junto a las facilidades ya expresadas, los docentes e investigadores nos vemos desbordados por una ingente cantidad de ruidos comunicativos, que se traducen en inexactitudes y en toneladas de informaciones equívocas y triviales. La aparición de las redes sociales, con la pionera *My Space* en 2002, nos hace pensar que si ya es problemático responder a los cientos de correos electrónicos que se acumulan en nuestros buzones de correo, nos preguntamos ¿qué será de nosotros si tenemos que responder a tantos cientos de amigos que cada día nos surgen en la red?.

Desde 2005 *You Tube* nos permite colgar nuestras imágenes, y desde 2006 nos enteramos que Tuenti es la red social de más éxito en España y que la plataforma Second Life es un *metaverso*. ¿Saben ustedes lo que es un metaverso? Pues si no lo saben les sugiero que entren en la

wikipedia una enciclopedia virtual creada en 2001 y que se construye cooperativamente, y se enterarán de que, leo literalmente:

*“Los metaversos son entornos donde los humanos interactúan social y económicamente como [iconos](#) a través de un [soporte lógico](#) en un [ciberespacio](#) que actúa como una [metáfora](#) del mundo real, pero sin las limitaciones físicas”.*

Siguiendo la terminología acuñada por Marc Prensky <http://www.marcprensky.com/> algunos de los participantes en este acto acabamos de comprobar que somos unos inmigrantes digitales recién llegados al país digital, frente a esos alumnos nacidos ya, en ese país simbólico que se identifica con un continuo flujo de cambios y transformaciones tecnológicas. Como dice Prensky <http://www.nobosti.com/spip.php?article44> será imprescindible que los profesores seamos conscientes de que nuestros alumnos son los nativos y nosotros los inmigrantes en esa hipotética nación digital.

En un país en el que inmigrantes y nativos debemos compartir las mismas tecnologías, debemos preguntarnos si nuestros gobernantes tienen también claro este momento de oportunidad. El apagón analógico será un hecho en nuestro país en 2010. Estamos ante otro hito, un nuevo hito que pone a funcionar de nuevo nuestra memoria. Nos acordamos del gran fiasco causado en España por las plataformas de satélite digital a comienzos del siglo XXI y volvemos a corroborar con desazón, anteriores fracasos, entre los que hay que citar el de la plataforma de pago en TDT, Quiero TV y la increíble improvisación con la que se ha decidido resolver el tema de la TDT de pago en España: un Decreto Ley, aislado del pre-proyecto de Ley del Audiovisual, una ley que sufre un retraso de varias legislaturas, en un país que no ha sido capaz de poner a funcionar un Consejo del Audiovisual creado en todos los países europeos excepto en España y que debería actuar simplemente para hacer cumplir las leyes a los operadores de televisión, públicos y privados, y debería ser dotado de capacidad sancionadora.

La política del todo vale se vuelve a imponer en un maremagno que parece impedir pensar con cordura. Por su parte, los profesionales de la televisión pública tratan de realizar su trabajo con la mayor dignidad mientras el Gobierno decide eliminar la Publicidad en la televisión pública estatal anunciando la medida en pleno mes de agosto de 2009. En sus comparecencias ante los medios, el Gobierno transmite la idea de que serán las empresas de Telecomunicaciones, que ya pagan una amplia factura, quienes asumirán un nuevo coste para suplir el déficit de ingresos que la ausencia de publicidad va a representar para obtener una financiación suficiente para la radiotelevisión pública. Una reciente investigación en la que se hace un estudio comparado entre el modelo BBC y el modelo RTVE<sup>19</sup>, nos ha permitido deducir que lo mejor de la televisión pública española son sus profesionales, los que quedan y los que se fueron, después de la aplicación de un Expediente de Regulación de Empleo que acabó casi definitivamente con la posibilidad de que los viejos profesionales pudieran

---

<sup>19</sup> Proyecto de Investigación I+D+I, financiado por el MEC con el título: *Información, Formación y Entretenimiento, Productores, Televidentes y Contenidos en BBC y TVE*. El equipo de investigación que trabajó entre 2006 y 2009 estuvo compuesto por los siguientes integrantes: María Lamuedra (coordinadora), Tíscar Lara, Jessica Retis, Alejandra Walzer, Juan Pedro Molina, Jenaro Fernández Baena y, como Investigador Principal (I.P), Agustín García Matilla.

transmitir su saber y conocimiento a aquellos jóvenes que se incorporaban al medio público con la mayor ilusión, queriendo dar lo mejor de si mismos.

En un momento de tantas oportunidades, nuestro país vuelve a demostrar las mismas debilidades que se han manifestado de manera intermitente y continua a lo largo de su historia. Ni la nueva televisión, ni los nuevos sistemas globales de información y comunicación que surjan de esta etapa histórica van a poder eludir una reflexión global sobre qué modelo de comunicación queremos construir en nuestro país. Esta Era Digital se mueve entre diversas lógicas que a su vez adoptan formas metafóricas. Por un lado, aquella defendida por quienes sienten el riesgo de que en el contexto actual se acentúe la brecha digital y aquellos otros que ven la oportunidad histórica de poder construir un imprescindible trampolín digital que nos permita dar un salto cuantitativo y cualitativo en el desarrollo económico, social, educativo y cultural. De nosotros depende contribuir a acentuar la brecha o ayudar a construir los mecanismos de ese trampolín que nos permita dar un salto record.

Debemos pensar que la profunda transformación que se propone desde este nuevo entorno digital tiene implicaciones que afectan a la sociedad en general y muy especialmente al contexto Económico, al Educativo, y al de la Cultura, con ramificaciones que se extienden aparte de las áreas citadas, a otras como: la Historia, la Historia del Arte, la Psicología, la Sociología, la Ciencia Política, la Ética, la Filosofía, e incluso, la Metafísica. He dejado en último lugar y de forma intencionada, a las áreas tecnológicas porque es aquí, en el diálogo entre las Ciencias Sociales, las Humanidades, las Ciencias y las Áreas específicas del ámbito tecnológico donde nos jugamos el futuro. Todos deberíamos participar en ese debate que debería ser liderado desde la Universidad.

## **EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD**

¿Qué significa Publicitar la educación en comunicación desde la Universidad del siglo XXI?

Cuando me planteé el título de esta lección inaugural busqué conscientemente la acepción más genérica del término Publicitar, aquella que entronca con el concepto de Esfera Pública definido por el filósofo alemán Jürgen Habermas<sup>20</sup> y que se identificaría con los contenidos que queremos hacer públicos.

En primer lugar se trataría de publicitar ¿Qué modelo de educación queremos promover en lo que resta de siglo XXI?. Esa definición debería recuperar los mejores hallazgos realizados por las corrientes pedagógicas que centran la acción educativa en el proceso de trabajo del alumno y que son capaces de adaptarse a un mundo de realidades cambiantes. Las aportaciones de los educadores citados en esta lección inaugural nos permiten aproximarnos a una visión de la educación que ya he definido en trabajos anteriores (García Matilla, 2003): “La educación implica favorecer el desarrollo integral de la persona partiendo de sus propias necesidades, apoyando su crecimiento físico y psíquico, permitiendo el ejercicio de todo un potencial de habilidades valiosas, sirviendo a una socialización que haga consciente al individuo de su papel en el mundo y de la necesidad de relacionarse con los demás desde la solidaridad, el respeto y la tolerancia. La educación debería servir para motivar y alentar a construir el deseo de

---

<sup>20</sup> HABERMAS, Jürgen (1989) El discurso filosófico de la Modernidad. Madrid, Taurus

aprender. El aprendizaje es un proceso dinámico que se construye desde el propio individuo y depende también indisolublemente de su contexto. El aprendizaje no se impone desde fuera, siempre se construye”.

Como hemos visto en las experiencias reseñadas al principio de esta Lección Inaugural, Educar es “comunicar el afecto, es también ayudar a construir la sensibilidad, fomentar la creatividad, formar en la autoestima y enseñar a mirar el mundo desde la emoción y, al mismo tiempo, dar estímulos para que la propia persona sepa canalizar esas emociones y vivir en sociedad” (García Matilla, 2003).

Si estamos de acuerdo fundamentalmente con estas ideas, la segunda pregunta nos llevaría a cuestionarnos ¿En qué forma podemos lograr que los contenidos considerados imprescindibles en la educación resulten atractivos para nuestros alumnos, los escolares nativos digitales de los que habla Marc Prensky en su artículo *Nativos e Inmigrantes Digitales*<sup>21</sup>. La hipótesis de Prensky es que los cerebros de nuestros alumnos, han cambiado ya y nosotros, sus profesores, como inmigrantes digitales deberíamos preguntarnos cómo ser competentes para afrontar esta tarea de servir de “facilitadores” del aprendizaje de nuestros alumnos.

Prensky aporta respuestas al decirnos que es preciso crear una nueva metodología que haga a los profesores aprender a comunicarse en la lengua y el estilo de sus estudiantes. Al mismo tiempo habla de la necesidad de explicar dos tipos de contenidos: el primero denominado “de herencia” atendería a todos los contenidos tradicionales identificados con la lectura, la escritura, la matemática, el pensamiento lógico, etc, y otro, denominado “de futuro” atendería a los contenidos vinculados con el mundo digital y tecnológico. La inclusión de este tipo de contenido de futuro permitiría motivar a los alumnos a sentirse “aludidos” y directamente afectados por un cambio de orientación global en el método de enseñar y aprender.

En décadas anteriores muchos investigadores de la educomunicación defendimos la educación en comunicación como una forma de enseñar los lenguajes, las técnicas y las formas de aprovechamiento didáctico de los medios audiovisuales. Al mismo tiempo promovimos la creatividad de niños y jóvenes en medios como el cine, el vídeo o la radio. Si los usos tecnológicos de nuestra época han cambiado también la forma de razonar de niños y jóvenes hasta el punto, de haber cambiado su forma de estructurar el pensamiento, - y para algunos investigadores su propio cerebro-. Si todo educador debe estar abierto y atento a los cambios y si cómo estamos comprobando, niños y jóvenes demuestran nuevas aptitudes que deberían ser tenidas en cuenta en ese proceso global de transformación de la enseñanza; sólo nos quedaría seguir aprendiendo y ser capaces de adaptar viejos conceptos a la nueva y actual realidad digital. Por ejemplo, estudios recientes nos demuestran que la creación de videojuegos aplicados a la enseñanza permiten entrar en las nuevas lógicas de aprendizaje de niños y jóvenes. El uso de videojuegos en la enseñanza es una de las propuestas de investigadores que como Marc Prensky plantean los beneficios de su incorporación, incluso en niveles universitarios de enseñanza.

---

<sup>21</sup> <http://www.nobosti.com/spip.php?article44>

Todo este tipo de propuestas inciden en la necesidad de adoptar nuevas formas de enseñar e incluso de abordar un replanteamiento de cuáles han de ser los contenidos más relevantes y prioritarios en los nuevos modelos de enseñanza. Todas las propuestas innovadoras que podríamos aportar resultarían completamente compatibles con la metodología de proceso que encontramos en la línea de trabajo que hemos expuesto a lo largo de toda esta intervención, recuperando a Freinet, a Freire y al propio Cloutier, y aplicando las enseñanzas de todos cuantos se han preocupado por buscar una idónea explotación de las posibilidades tecnológicas y comunicativas que los nuevos sistemas de información y comunicación permiten.

El concepto de alfabetización digital debería llevar aparejado volver a recuperar conceptos que ya hemos venido trabajando a lo largo de décadas y que implican que los profesores sean nuevos facilitadores del aprendizaje de los escolares. Sin renunciar al ejercicio de una autoridad que reconoce nuestro saber y capacidad, los profesores deberíamos mostrarnos permeables para aprovechar de manera constructiva la colaboración de nuestros alumnos. Escuchar al alumno, trabajar desde sus capacidades y sentirnos auténticamente “facilitadores” de su aprendizaje es el reto que tenemos hoy, también, los profesores de cualquier nivel educativo. Nosotros deberemos seguir coordinando ese proceso de enseñanza aprendizaje y a la vez deberemos sentirnos de alguna manera capataces sensibles de ese trabajo en el que el grado de motivación de nuestros alumnos dependerá en gran medida de su convicción en que esta vez el sistema educativo apuesta por ellos y promueve su iniciativa dentro del proceso de enseñanza aprendizaje.

En teoría, Bolonia sería una inmejorable oportunidad para recoger las mejores aportaciones de la Historia de la Educación e incorporar los nuevos recursos que se nos brindan en este entorno digital que nos envuelve a todos. Nuestra obligación es sacar el máximo rendimiento, la máxima creatividad de ese pensamiento tecnológico natural de nuestros alumnos, nativos digitales capaces de pensar la comunicación en forma múltiple y colaboradores imprescindibles en la tarea de hacer que este cambiante entorno comunicativo sea puesto al servicio de un mundo mejor.

### **LA UVA EN SEGOVIA: DEBILIDADES, AMENAZAS Y FORTALEZAS**

La desviación profesional de quienes nos movemos en el campo de la comunicación nos lleva muchas veces a utilizar procedimientos de análisis que puedan hacer abordable el diagnóstico de problemas, a veces complejos, desde metodologías sencillas. En cualquier Plan de Comunicación es preciso analizar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que se nos brindan, es lo que en el argot profesional denominamos DAFO.

Esto es lo que quiero acabar haciendo para mostrarles todo el potencial de un proyecto que desde la UVA y, si se me permite con un muy especial protagonismo de este Campus de Segovia, nos hemos propuesto abordar en los próximos años:

Empezemos por las DEBILIDADES: estamos en el umbral de un cambio profundo en el modelo de funcionamiento de las universidades. Bolonia va a exigir un cambio total de mentalidad de quienes se han movido con los viejos paradigmas de los profesores que manejaban el concepto de *potestas* como poder intocable frente a la *auctoritas* del modelo de profesor

sensible que defiende su autoridad en su saber y capacidad. En primer lugar es imprescindible facilitar la formación del profesorado para ese cambio de mentalidad. En segundo lugar, hay que reconocer que el cambio metodológico, no va a afectar tanto a esa buena parte del profesorado que ya venía aplicando metodologías innovadoras desde hace muchos años pero sí implica invertir en que el sistema pueda llevar a la práctica una atención personalizada del alumno y la dinamización de pequeños grupos de trabajo que puedan ser tutorizados por los profesores. Esta labor no se puede hacer a coste cero y, por tanto, resulta imprescindible que la sociedad entera se conciencie de esta realidad. La crisis económica global que vivimos en estos momentos pone en situación dramática a muchas empresas pero sabemos que otras muchas han aprovechado un maremoto alejado de sus costas para reducir sus plantillas, reducir sus gastos y obtener aún más beneficios. Es preciso transmitir a todos los agentes sociales la necesidad de apostar por una educación que va a beneficiar a todos. No habrá pacto posible por la educación si no hay una sensibilidad global que apueste por la educación y por su financiación. Puede llegar un momento en el que las universidades sólo puedan atender al capítulo 1 que permita pagar a su personal, la mentalidad progresivamente privatizadora de los sucesivos gobiernos hace urgente que sea la propia sociedad la que reclame el mantenimiento de servicios públicos tan importantes como la educación y medios de comunicación fuertes y sólidos capaces de trabajar en estrecha colaboración con ella.

La AMENAZA que pende sobre nosotros es que como sociedad no seamos capaces de reaccionar a tiempo y que no demos a la Universidad el papel requerido para transformar la sociedad. Como pueden deducir del discurso implícito que han tenido la oportunidad de escuchar hasta ahora, en mis palabras y en las de otros muchos colegas convencidos de nuestra labor social, pensamos que la Universidad no puede defender ideologías estancadas e inamovibles, por el contrario sí debe ser garante de la continua renovación de las ideas, publicitando los continuos avances de la ciencia, adelantándose a pensar el futuro desde todo lo que representa la innovación tecnológica y no siendo serviles limitándonos a cumplir de forma sumisa los encargos de las empresas, sean éstas públicas o privadas, sino más bien proponiendo ideas a las propias empresas que ayuden a mejorar la sociedad, estableciendo un diálogo honesto y fructífero con todos los agentes sociales.

Las FORTALEZAS de una universidad como la UVA y más concretamente de un Campus como el de Segovia, estriban en la dimensión humana de la comunicación que venimos potenciando, en sus Profesores, en su Personal de Administración y Servicios y en el conjunto del alumnado; todos ellos constituyen nuestro principal patrimonio. El que una Universidad pueda tener contacto directo con las autoridades municipales, o con las de la Diputación, (nos gustaría tener más aún con las autoridades de la Junta de Castilla y León), o con las entidades bancarias, una de las cuales por cierto, Caja Segovia, ha venido amparando en todos estos años nuestras actividades con convicción y esperamos que lo siga haciendo, constituyen una verdadera fortaleza.

## **UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD: UN MUNDO DE OPORTUNIDADES**

Capítulo especial merece la actividad cultural, tan rica y dinámica, de esta ciudad, Nuestra Universidad ha sido convocada muchas veces y, cada vez más, nosotros mismos hemos

propuesto iniciativas. Esto representa otra riqueza incalculable. El que un museo como el Esteban Vicente mantenga una actividad ejemplar en la concepción de sus programaciones y en el aprovechamiento de sus modestos recursos, sirve de potente motor de la actividad cultural de la ciudad y es un lujo al que no podemos renunciar. No dejemos de acudir a la espléndida muestra de escultura española contemporánea que se exhibirá en él durante toda la temporada, es un excelente ejemplo del buen hacer de este museo y sirve de excusa para que todos los habitantes de Segovia sean convocados a esta experiencia concreta; ¿cómo seguir sin conocer la pequeña joya que representa el Museo de la Ciudad de Segovia, en su modestia, un ejemplo de buen gusto y sensibilidad, sin dejar de citar otros museos que se mueven en el ámbito privado con innegable mérito como el Rodera Robles, enclavado en un edificio singular que merecería ser más conocido y promover mayor número de actividades.

El que la ciudad cuente con un Teatro como el Juan Bravo centro y eje de gran parte de la actividad cultural de Segovia y el que estemos en vanguardia europea en muchos eventos que representan iniciativas culturales innovadoras, antes y ahora: me refiero al Festival de Títeres Titirimundi, la Muestra de Cine Europeo de Segovia, los Premios Cirilo Rodríguez y los eventos que alrededor de ellos organiza la Asociación de la Prensa de Segovia, los diversos Festivales de Música, y otros muchos acontecimientos como el Hay Festival recientemente clausurado, nos hacen pensar en que publicitar la educación en comunicación desde la Universidad del siglo XXI pasa por publicitar también la ciudad y el mérito de quienes se han embarcado en la aventura de proponerla como candidata a ser sede de la capitalidad cultural europea en 2016. Todas las personas comprometidas con Segovia y con la región deberíamos tener claro que lo importante de este proyecto, excelentemente dirigido a pesar de los muy limitados recursos que se puede permitir una ciudad de nuestra dimensión, es el camino a Itaca que representa pensar la ciudad que querríamos construir entre todos.

La educación en comunicación implica dar la palabra a la ciudadanía y adelantarnos a pensar cómo conservar el patrimonio histórico sin cerrar la ciudad a la idea de innovación, invitando a todos a participar. Hace algunos meses tuve ocasión de acudir a una interesantísima sesión organizada por la Asociación de amigos del Patrimonio de Segovia. La idea de conservación del patrimonio debería llevar aparejado que todos los ciudadanos y ciudadanas de esta ciudad tuvieran claro lo que significa tener orgullo de pertenencia a la misma, tener conciencia de lo importante que resulta su conservación, de lo importante que es alimentar una sensibilidad que permita conservar cualquier vestigio y que nos haga considerar tan patrimonio vivo al centro histórico como a las propias huertas. Debemos tener claro que no hay patrimonio arquitectónico si paralelamente se descuida a los habitantes que la habitan y no se promueve la participación. Toda nuestra actividad cultural y educativa deberá tener en cuenta prioritariamente ese patrimonio humano y nuestra universidad pretende crear cada vez más puentes para abrir la universidad a la ciudadanía colaborando con las autoridades municipales y con todos los agentes sociales que pidan nuestra colaboración.

Hemos hablado de cosas muy tangibles pero también debemos hablar de “intangibles tangibles” como lo que supone que la ciudad cuente con un Círculo de las Artes y de la Tecnología (CAT) que nos ha permitido ya establecer acuerdos de colaboración para promover la formación de nativos e inmigrantes digitales en tecnologías como los videojuegos o la animación 3D. No hay duda de que, si nos lo proponemos, el CAT, con el apoyo de la

Universidad de Valladolid, va a convertirse en el centro español de referencia en el entorno digital. La sensibilidad de su Director y el impulso inicial dado desde el Ayuntamiento de la ciudad nos sirve de puente para hablar de todo el cúmulo de oportunidades que se le abren a la Universidad en la creación de un eje de trabajo que plantee la Educación en Comunicación como una de las prioridades de la Universidad de Valladolid.

El año pasado la Universidad de Valladolid (UVA) obtuvo una ayuda de más de 410.000 € de la convocatoria del Plan Avanza 2008. La UVA fue una de las 10 universidades españolas que consiguieron mayor financiación en esta convocatoria abierta a todas las universidades españolas. La oportunidad que me dio el Rectorado de la UVA de coordinar a diferentes áreas departamentales de la Universidad en pos de un mismo objetivo nos permitió armar un proyecto con coherencia que sirvió como embrión de la que puede ser una de las líneas prioritarias del trabajo de la Universidad de Valladolid en este futuro inmediato. Ese eje inicial Valladolid-Segovia, Segovia-Valladolid, deberá convertirse en una red que abarque a todas las sedes, Palencia, Soria, Segovia y Valladolid y que posteriormente consiga extenderse a todas las universidades de la Comunidad. No puede haber competencia posible en una prioridad en la que nos jugamos el futuro de nuestro país: situar a la educación como la auténtica prioridad de toda la sociedad española. Las OPORTUNIDADES vienen dadas por el momento de transformación tecnológica que nos ofrece el actual contexto digital y por la excelente relación que mantenemos con empresas de comunicación y muy especialmente con la radiotelevisión de Castilla y León.

El desarrollo del Plan Estratégico de la Universidad de Valladolid en cada uno de sus Campus, es una oportunidad extraordinaria para atender a ese proyecto de universidad de futuro en el que quiere convertirse la UVA. No bastará con detectar necesidades y carencias y tener un mapa completo de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. No bastará con el voluntarismo más que probado de quienes trabajamos en esta Universidad. Tenemos que convencer a la sociedad y buscar los recursos precisos para cumplir la tarea ingente que nos hemos marcado.

He sido uno de los últimos en llegar a esta ciudad y, si bien no puedo dejar de hablar apasionadamente, sí puedo decirles que tengo mucho menos mérito que quienes llevan trabajando desde hace muchos años por mantener el nivel y la dignidad de un Campus universitario que podría haberse sentido marginal, por su aparente carácter periférico. En una sociedad red, nadie puede sentirse ya centro, como mucho seremos un nodo de esa red que en la utopía comunicacional que tenemos como horizonte pueda llegar a alimentar esa red neuronal que permita el flujo de los pensamientos más positivos, de lo mejor que pueda ser capaz de generar esa universidad soñada, de hombres y mujeres libres, capaces de aspirar a un mundo en paz, en el que la equidad y la solidaridad hagan posible el que todos estemos suficientemente alimentados, a partir de un desarrollo sostenible que nos permita conservar este planeta.

Podría hablarles de otras muchas cosas que en estos dos años me han permitido pensar. Sólo puedo decirles que esta Universidad, y muy concretamente su Campus de Segovia, cuenta con el mejor patrimonio posible, que es el patrimonio humano. Profesoras y profesores que han debido compatibilizar en gran parte con otras actividades su trabajo, que han ido sacando sus

doctorados con gran esfuerzo y que apuestan por una universidad absolutamente imbricada en el contexto social que representa Segovia, la Universidad de Valladolid y la propia Comunidad Autónoma. Estamos orgullosos de pertenecer a este Campus y de poder compartir con extraordinarios profesores en Magisterio, Administración y Dirección de Empresas, Turismo e Informática y en esta misma Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación, las inquietudes de profesores y profesoras de áreas como el Derecho, la Economía, el Marketing, la Historia, o la Historia del Arte, un trabajo que nos permite convivir con armonía y espíritu de colaboración a profesores y profesoras de todas estas áreas.

Nuestro personal de Administración y servicios es cordial y eficaz y nuestros alumnos mantienen un espíritu siempre positivo y creativo en todas las titulaciones y más específicamente en el Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Año tras año son capaces de generar iniciativas de gran valor como la Semana de la Publicidad, la Noche de la Publicidad (en su última edición con el nombre de Publicatessen), iniciativas únicas en su género en todas las Facultades de Comunicación de nuestro país.

### **UNA UNIVERSIDAD COMPROMETIDA CON LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI**

Compartimos la ilusión de trabajar por esa otra Universidad posible y podemos decirles que sólo en el curso 2008-2009, el Área de Publicidad y Relaciones Públicas consiguió generar más de 30 actividades (jornadas, seminarios, encuentros internacionales, Congresos, etc.), que dieron a nuestro alumnado la oportunidad de conocer de cerca a muchos de los excelentes profesionales que vinieron a complementar la enseñanza formal reglada que impartimos. En estos momentos el Museo de la Universidad de Valladolid alberga una exposición organizada por profesores y profesoras de nuestra universidad a partir de los trabajos de alumnos y alumnas de las asignaturas de Creatividad. Acabamos de finalizar la Primera edición del Máster en Comunicación con Fines Sociales: estrategias y campañas, en estrecha relación con los compañeros y compañeras del Área de Sociología y con la colaboración de otros 5 departamentos de la Universidad y es muy probable que la segunda promoción pueda llegar a duplicar el número de alumnos de la primera edición.

Dentro del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad al que pertenecemos hemos hecho una propuesta al Vicerrectorado para promover conjuntamente una serie de Másters coordinados que aprovechen los mimbres conjuntos de éste y otros Departamentos y estaríamos en condiciones de proponer nuevas titulaciones insertas en el espacio Europeo de Educación Superior. Tenemos vocación investigadora, La Revista Pensar la Publicidad y el Laboratorio Lipsimedia son proyectos de gran calado y relevancia que nos sitúan en vanguardia en el ámbito de las publicaciones sobre Publicidad a nivel Europeo y también en una vocación investigadora que nos hace abrir líneas de investigación en vanguardia en las tres ramas de la Comunicación: La Publicidad y las Relaciones Públicas, La Comunicación Audiovisual y El Periodismo.

Sin embargo desde aquí queremos lanzar una señal de auxilio, un SOS que creo sinceramente puede ser extensible a toda la Universidad. Necesitamos que crean con nosotros en este proyecto, necesitamos escucharles y que nos escuchen. Necesitamos que comprendan que no sólo precisamos de su ayuda económica, necesitamos de su apoyo para poder asentar este

proyecto y seguir generando como Universidad de Valladolid todas las iniciativas e ideas que soñamos con sacar adelante.

Si el presidente Obama utilizó con éxito para su carrera a la presidencia el lema: *Yes, we can*, “sí podemos”, el análisis realizado en esta lección inaugural, debería llevar a preguntarnos si en España “queremos”, si queremos asumir realmente una verdadera transformación cultural, educativa y comunicativa que pueda ser liderada desde la Universidad. Deberíamos plantearnos muy seriamente qué valores, qué contenidos y qué procesos transformadores vamos a querer publicitar desde la universidad del siglo XXI. Educar en comunicación será tan importante como lograr comunicar en qué va a consistir esa nueva educación, que sin dejar de mirar al futuro sepa aprovecharse del extraordinario legado aportado por quienes en el pasado fueron MAESTROS innovadores capaces de adelantarse a su tiempo. En la UVA podemos y no duden que el Campus de la UVA en Segovia es, y va a seguir siendo, motor de cambios y transformaciones en ese viaje a Itaca hacia otra universidad posible.

Muchas gracias.

Segovia, 1 de octubre de 2009

(Texto íntegro de la Lección inaugural impartida por el Profesor Agustín García Matilla. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Valladolid. Coordinador del Área CAP en el Campus de Segovia)

En el acto no se pudo leer el texto íntegro de esta conferencia por problemas de tiempo ya que la Lección tenía una hora de duración. La intervención en la sala duró unos 50 minutos y el conferenciante saltó algunos párrafos.

Éste es el texto íntegro, inicialmente escrito por su autor. Al final de la Lección se hizo una alusión improvisada al 100 aniversario de la ejecución del pedagogo Ferrer i Guardia, fundador de la Escuela Moderna en España y uno de los pioneros en la creación de modelos educativos innovadores en nuestro país. El Gobierno de Maura tuvo la responsabilidad de implicarle directamente, como chivo expiatorio, en los acontecimientos de la Semana Trágica de Cataluña. Ferrer i Guardia fue un librepensador que pagó con su muerte,- fue ajusticiado el 13 de octubre de 1909 -, el haber enseñado a sus alumnos el ejercicio de un pensamiento crítico.