



ED y crítica

"Hay que construir y reconstruir el tejido social crítico en los países ricos, apoyar los movimientos sociales de los países empobrecidos y facilitar el diálogo entre ambos en términos de igualdad".

Santolino, Montse. Cuadernos internacionales de tecnología para el desarrollo humano, ISF. N.7, Jun 2008.

Trabajar la ED con medios audiovisuales fomenta el desarrollo de una mirada crítica hacia los mensajes mediáticos, hacia las prácticas cotidianas y el conocimiento de personas de culturas diferentes a la nuestra. Esto nos ayuda a concebir la diversidad como una fuente de riqueza y a cultivar nuestra capacidad para entender el mundo del que formamos parte. Muchas personas y organizaciones sociales ofrecen visiones alternativas a la hegemónica para explicar cómo están distribuidos los recursos, qué papel jugamos en el orden establecido de las cosas y, sobre todo, cómo podemos transformar todo lo indeseable que nos rodea de forma responsable y constructiva.

Analizar los modelos de producción y consumo es clave para entender y desmontar un sistema de explotación ejercido por los más ricos sobre los más desfavorecidos. En este sistema de explotación, la pobreza está directamente relacionada con la exclusión en el reparto de beneficios de aquellos que pertenecen, precisamente, a las comunidades de donde se han extraído estos beneficios. Ser conscientes de ello supone, por tanto, asumir ciertas responsabilidades.

La Educación para la Ciudadanía Global tiene muy clara la interdependencia entre los países del Norte y los del Sur, y las interrelaciones entre el ámbito personal, la vida cotidiana y lo estructural. Con este replanteamiento se cuestiona el modelo socioeconómico vigente y nuestras actuaciones en lo cotidiano.

Sin embargo, los mass media transmiten habitualmente una imagen del Sur estereotipada y colocan en el mismo saco cosas tan distintas como la diversidad, la pobreza, la cooperación y la solidaridad. Este imaginario colectivo crea relaciones



ED y crítica

entre los modos de ser personales y los esquemas de representación social. De esta manera, no sólo produce e institucionaliza imágenes, también recoge dimensiones afectivas y cognitivas que determinan la forma en que se fija el acuerdo intersubjetivo con el que se crea y recrea la realidad.

Cuando se trata del Sur o de la cooperación, la publicidad y muchas producciones audiovisuales reproducen tendencias establecidas por los mass media, al tiempo que generan más imaginarios colectivos con los que se alimentan "nuevas versiones" sobre el mismo discurso dominante. Así se determina la visión del mundo y de la relación entre las personas que lo habitamos, normalmente al servicio de la lógica consumista. El Sur se presenta como un reclamo pasivo y el Norte como un agente solidario y activo, pero ambas imágenes están muy alejadas de la realidad compleja que se pretende representar. La identidad de las personas de una parte del mundo se reduce a sus "necesidades" porque, supuestamente, carecen de toda capacidad para solucionar sus problemas. Mientras que, por parte de las personas de la otra parte del mundo, la solución es tan fácil como dar "un euro al día". Cuando el compromiso solidario se limita hasta este punto al hecho de consumir, se está haciendo una lectura profundamente individualista, con gran poder tranquilizador de conciencias, pero con muy poca repercusión sobre las estructuras que generan la problemática. El Sur se nos sigue presentando desde su vertiente más miserable y patético, mientras que la cooperación se reduce a una actividad puramente caritativa y paternalista.

He aquí por qué es tan necesario un análisis crítico audiovisual. La falta de ética en las imágenes utilizadas por algunas ONG y empresas, sumada a la visión sesgada sobre los problemas de los países empobrecidos y la falta de información de calidad sobre sus causas, desemboca en una simplificación escandalosa de las soluciones, lo que ha contribuido a crear un imaginario colectivo irreal sobre el Sur. Mientras el Norte, en una interpretación totalmente etnocéntrica, reduce la solidaridad a la donación de dinero, perpetuándose así el modelo de caridad bajo una imagen renovada. La suma de todo ello genera un posicionamiento absolutamente prepotente del Norte respecto del Sur.



ED y crítica

El primer paso para romper este círculo vicioso sólo puede venir de un cambio en nosotros mismos. Es verdad que los nuevos lenguajes publicitarios vinculados a la solidaridad ya no presentan una imagen del Sur tan desvirtuada (niños hambrientos, miseria y desastres), pero ponen el énfasis en dos aspectos que tampoco mejoran mucho la situación. Por un lado, se transmite el mensaje de que podemos ser solidarios a base de consumir porque, y aquí viene la segunda clave de la falsa salida, siempre hay alguien que se ocupa de mejorar el mundo por nosotros. En este punto, hay que poner en evidencia que estas mismas empresas que alegan ser solidarias y respetuosas con el medio ambiente son responsables de grandes injusticias sociales y ecológicas. Tampoco debemos olvidar que somos nosotros mismos quienes las dejamos formar parte íntima de nuestras vidas, llenando nuestros hogares con sus productos. Nos guste o no, nuestra forma y nuestros estándares de vida tienen consecuencias directas sobre la calidad de vida de los demás; incluso, sobre sus posibilidades de vivir.