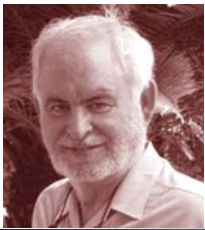


■ **Gabriel Jaraba.** Doctor en Comunicación y Periodismo, profesor universitario, periodista, escritor, investigador, formador, consultor, educador, mentor y abuelo.

«Sin periodismo no hay democracia»



Enrique Martínez-Salanova

Director de la Revista Aularia
emsalanova@gmail.com



■ **Gabriel Jaraba**

Entrevisto en este volumen de Aularia a Gabriel Jaraba, a quien conozco desde hace años y a quien siempre sigo con interés en redes y publicaciones. Gabriel es Doctor en Comunicación y Periodismo, profesor universitario, periodista, escritor, investigador, formador, consultor, educador, mentor y abuelo. Es profesor en la Univer-

sidad Autónoma de Barcelona y forma parte de su Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, así como del Gabinete de Comunicación y Educación. Es profesor de la Cátedra Internacional UNESCO *Unaoc Unitwin* de Alfabetización Mediática y Digital y Diálogo Intercultural y de la Cátedra RTVE-UAB, dedicada a la innovación en televisión y

auspiciada por Radiotelevisión Española; es miembro del Comité Directivo de la Cátedra UNESCO de MIL para el Periodismo de Calidad. Su tesis doctoral, «De qué conversan los periodistas españoles en Twitter», es un estudio de contenidos y tendencias en la tuitesfera española, y fue calificada como Excelente Cum Laude.

Actualmente es director de *Somos Periodismo*, laboratorio de periodismo universitario y cibermedio de la UAB (somosperiodismo.es) promovido por el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de esa universidad.

Investiga en Comunicación Integral, Humanidades Digitales, Periodismo, Creatividad y en la identificación de ideas fuerza para el cambio en el siglo XXI. Le interesan la comunicación y la educación, la alfabetización mediática y digital y la multidisciplinariedad en torno a la filosofía, la psicología, la antropología, la comunicación y las humanidades. Comenzó a trabajar como periodista en 1967, de manera autodidacta, y ha pasado por todos los medios, prensa, radio, televisión, agencias e internet, como redactor, reportero, locutor, diseñador, tipógrafo, articulista, entrevistador y muchas otras especialidades. Ha sido fundador de *El Periódico de Catalunya*, *Interviú*, redactor jefe de estas publicaciones y de la revista *Destino*, director de *Guía del Ocio* e *Indiscreta*, director adjunto de programación y miembro del gabinete de dirección de Televisió de Catalunya y reportero de Televisión Española y Radio Nacional de España. Fue profesor de la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC) desde su primera promoción. Le gusta contribuir al desarrollo del potencial humano y el desencadenamiento de las cualidades personales y transpersonales a las que apuntan las vocaciones. gabrieljaraba@gmail.com

Preguntas realizadas a Gabriel Jaraba

Tras una vida en el periodismo, ¿cuál es tu visión de la educomunicación? ¿Cómo integras en tu vida profesional el periodismo, la enseñanza, el activismo, el deporte, la reflexión social, la creatividad...? ¿Cómo se comunica en educación? ¿Cómo educan los comunicadores? ¿Piensas que el sistema educativo debe hacerse cargo de la educación en comunicación? ¿En

qué niveles o momentos principales? ¿Educación mediática o alfabetización mediática? ¿Cuál es la responsabilidad de las empresas de comunicación en la participación ciudadana? ¿Y la responsabilidad del periodista? ¿Qué pueden hacer los medios de comunicación de masas para lograr la convivencia en el marco de la diversidad cultural y el entendimiento social? Las redes sociales, ¿Cómo pueden ser vehículo de los cambios sociales y políticos? ¿Qué hace, o puede hacer el ciudadano, para comunicar con eficacia en los medios de comunicación social? ¿Qué se puede hacer desde los medios de comunicación para movilizar hacia una conciencia ciudadana en escuelas, institutos, universidades y lugares de formación? ¿Cuál puede ser/debiera ser el futuro de la participación ciudadana en los medios? ¿Qué deben hacer los gobiernos en sus políticas educativas para que la comunicación se convierta en una práctica social? ¿Cómo se pueden trabajar en las aulas, mediante las nuevas tecnologías, los valores sociales? ¿Alguna pregunta que quieras contestar que nunca te hayan hecho? Para Aularia, como revista de educomunicación ¿alguna idea, propuesta o consejo?

1. Tras una vida en el periodismo, ¿cuál es tu visión de la educomunicación?



La educomunicación va más allá de la adecuada utilización de los medios y la comprensión de sus contenidos y de sus usos. La comunicación es ya un espacio propio de socialización que requiere unas determinadas habilidades no ya tecnológicas sino que abarcan todos los componentes de la sociabilidad. La educación se da, de manera institucionalizada, en unas estructuras oficiales que han evolucionado

a partir de un punto muy determinado en las sociedades modernas: educar para integrarse en el lugar que la estructura del estado destina a cada uno, preparar para ocupar un lugar en la producción. Todo esto se está viniendo abajo progresivamente y ahí están

“ Aquella «aula sin muros» que insinuó Marshall McLuhan ya está aquí, muy diferente a como fue soñada



Seminario Innovacom, 2019, UAB. Debate sobre la innovación en periodismo



En OI2, Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad de la Información, Cátedra RTVE-UAB.

el insoportable índice de paro juvenil y el llamado fracaso escolar (que es el fracaso de la estructura y no de quienes la soportan) para demostrarlo. Aquella «aula sin muros» que insinuó Marshall McLuhan ya está aquí, muy diferente a como fue soñada y la educación es la acción educativa que ocurre en esa aula. El mundo de la comunicación no es un planeta extraño ni un lugar marginal sino el mundo en que viven los jóvenes y también los no tan jóvenes: si no educamos para vivir en ese mundo, ¿para cuál? Las realidades denotadas por ese mundo y ese aula demandan capacidades, habilidades y compromisos por parte de educadores y educandos sin los cuales no hay educación sino ese fracaso que no es un fracaso escolar sino un fracaso social íntegro y en toda la regla. Cada uno de los que estén implicados pues en la producción de una vida buena, una sociedad democrática y una vida en libertad, igualdad y fraternidad debe asumir su parte en una acción que incorpora uno u otro grado de componentes comunicacionales. No habrá sociedad democrática sin educomunicación.

2. ¿Cómo integras en tu vida profesional el periodismo, la enseñanza, el activismo, el deporte, la reflexión social, la creatividad...?



El ser humano es indivisible y Descartes estaba equivocado. No existe la división entre mente y cuerpo y las posteriores divisiones que se desprenderían de ella. Todos estamos llamados a llevar una vida realizada que

exprese plenamente los potenciales de la condición humana, y no solamente una habilidad profesional, técnica, una especialización competencial. Cualquier otra cosa no es más que una tarea robótica impuesta por un sistema socioeconómico

que conduce al sometimiento y la explotación del hombre por el hombre. Yo me hice periodista precisamente para tener la oportunidad de atender a asuntos muy diversos sin tener que perder el oremus, y el

tiempo ha demostrado que la capacidad de abarcar actividades muy diversas es una cualidad muy útil para vivir en estos tiempos de incertidumbre. Lo que ahora se llama reinventarse es algo que yo he hecho a lo largo de 50 años para poder sobrevivir como autodidacta, y ello me permite ahora vivir cierta sensación de haber llevado una vida muy rica y compleja. Me gustaría que ello fuera útil para que otros aprendieran a vivir con mayor plenitud y libertad. Y todo eso se integra mediante una gran curiosidad por la vida, un auténtico interés por las personas, unas ganas de aprender de todos y de todo y una cierta capacidad de transmitir y comunicar lo que vale la pena, es decir, las cualidades fundamentales de un periodista.

3. ¿Cómo se comunica en educación? ¿Cómo educan los comunicadores?



Partiendo de un principio que une la educación y la comunicación humana: la gente no hace lo que le dicen que haga, hace lo que ve hacer a otros. Todos sabemos que la comunicación parte del ejemplo personificado por un ser humano concreto: la persona es el mensaje. Nadie es capaz de enseñar nada de lo que él no sea un ejemplo personal. Y el ejemplo que educa es aquel que nos pone frente a la vista la posibilidad de llevar una vida mejor. Esa posibilidad nos abre el hambre, el hambre de ser, vivir, hacer, aprender. El aprendizaje no depende tanto del propio talento o cualidades sino del hambre. Se trata pues de poner la comunicación en ese centro de atracción a una vida deseable que aparece como posible.

4. ¿Piensas que el sistema educativo debe hacerse cargo de la educación en comunicación? ¿En qué niveles o momentos principales?



Pretendemos educar al ser humano, que es un ser social, y hasta el momento la educación ha intentado integrar los elementos que forman y favorecen esa socialización. La respuesta es si la comunicación es hoy uno de esos elementos, en qué medida y en qué importancia, y res-

“ Sabemos que la comunicación parte del ejemplo personificado por un ser humano concreto: la persona es el mensaje. ”



Máster de Comunicación y Educación



Defensa de la tesis doctoral

ponder en consecuencia. Las dificultades e insuficiencias que la educación ha venido experimentando para integrar los elementos educativos en principio informales se han debido a hasta que punto ellos se encontraban alejados de las previsiones o pretensiones de que fueran apropiados o integrables en el propósito de formación para la productividad o la sujeción al orden social vigente. No tenemos más remedio que interrogarnos de manera permanente acerca de qué elementos necesitamos para que ese ser social no sólo se desarrolle como tal sino para que se realice en términos humanistas respecto a una vida buena.

5. ¿Educación mediática o alfabetización mediática?



Me parece que estamos más allá ya de uno y otro concepto. Si la comunicación es ya ubicua en nuestra sociedad, ¿tiene sentido delimitar un espacio al que reducir las cuestiones relativas a lo comunicacional? Ahora somos conscientes de que la comunicación va más allá de los medios, lo mediático y lo mediado. La comunicación tiende a reorganizar y reestructurar lo social, e incluso lo personal y lo transpersonal. Ya no se trata de enseñar a usar los medios o de defenderse de una tecnología amenazante sino simplemente de aprender a vivir en el mundo en que uno vive.

6. ¿Cuál es la responsabilidad de las empresas de comunicación en la participación ciudadana?



Si planteamos esos asuntos en forma de responsabilidades u obligaciones nunca llegaremos a ninguna parte. Los medios, sus empresas e incluso sus profesionales son muy reacios a que se les quieran plantear obligaciones desde el exterior. Habría que crear líneas de diálogo mediante la reflexión conjunta sobre intereses comunes. Los educadores podrían mostrar a

las empresas el modo de canalizar, aprovechar y rentabilizar la participación del público con objeto de lograr la fidelización de la audiencia y la manera de alcanzar a públicos que están fuera de su alcance. Hay una tarea compartida que consiste en integrar la educación en una labor generalizada de innovación de los medios.

7. ¿Y la responsabilidad del periodista?



La responsabilidad del periodista se deriva de su misión de administrar el derecho constitucional de enviar y recibir información. Ello debería comprometerle a buscar la veracidad de los hechos de los que trata, comenzando por la fiabilidad de las fuentes contrastadas y la plausibilidad de lo relatado en la información periodística. Pero una cosa son los principios y otra las complejas realidades sociales. Los periodistas deben tomar conciencia de algo que parece elemental pero no lo es: sin periodismo no hay democracia. Todos los intentos de recortar libertades pasan por limitar la labor del periodismo democrático. Lo tenemos ante los ojos: de Trump a Orban, de Bolsonaro a Polonia, el populismo conservador tiene el punto de mira puesto sobre el periodismo, los periodistas y la libre información. El periodista tiene la responsabilidad de defender un periodismo erigido sobre la libertad y la veracidad porque le va la subsistencia y la vida en ello; si se hunde el periodismo se hunde la sociedad democrática.

“ Rebajar los niveles de democracia conduce directamente a la guerra, y las guerras modernas son terriblemente devastadoras ”

8. ¿Qué pueden hacer los medios de comunicación de masas para lograr la convivencia en el marco de la diversidad cultural y el entendimiento social?



Saint Jordi. Firma ejemplares de Periodismo en internet el día del libro, Paseo de Gracia.



En 1966, música, de Els Tres Tambors, creadores del rock catalán



Lograr la convivencia quizás no, contribuir al diálogo seguro que sí. En primer lugar, mostrar la diversidad social y personal que existe a todos los niveles de la vida y destacar que eso es un valor precioso cuya falta descubrimos cuando alguien trata de reducirlo o eliminarlo. Es fundamental mostrar la pluralidad y promover el pluralismo; sin pluralismo no hay democracia y no hay algo más: paz. A estas alturas sabemos que rebajar los niveles de democracia conduce directamente a la guerra, y que las guerras modernas son terriblemente devastadoras. Hemos olvidado que hace cuatro días, en los 90 y en un periquete, estalló una guerra tremenda en el corazón de Europa, en Yugoslavia.

9. Las redes sociales, ¿Cómo pueden ser vehículo de los cambios sociales y políticos?



Las redes sociales ya no son sólo empresas tecnológicas sino actores políticos. Se resisten a ser consideradas medios de comunicación y plataformas

informativas pero actúan como tales, por tanto hay que exigirles los niveles de responsabilidad que se les exigen a todos los medios. Si las redes son vehículo de cambios lo serán a causa de la actividad de sus partici-

pantes. La promesa ilustrada, democrática y activista de la web 2.0 sigue estando en pie, a pesar de los pesares. Asumir los planteamientos y tareas de la alfabetización mediática e informativa por parte de los ciudadanos participantes es un buen planteamiento, sin necesidad de que sean comunicadores profesionales o educadores. Ese planteamiento de máxima apertura, máxima participación, máxima comunicación es estimulante, y sólo lo permiten las redes.

“ la misión de formar podría pasar, sin esfuerzo, por hallar formas creativas de participación para la movilización ciudadana

10. ¿Qué hace, o puede hacer el ciudadano, para comunicar con eficacia en los medios de comunicación social?

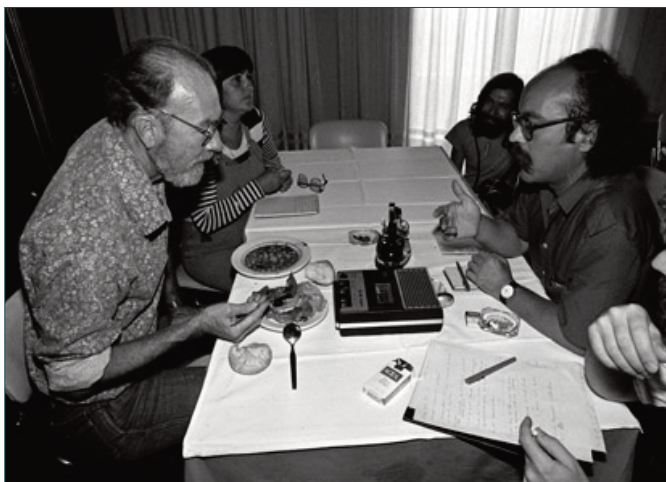


Asumir una actitud proactiva, orientar su protagonismo a compartir el conocimiento que adquiere y distribuir información, aprender del contenido que halla en los medios sociales para enriquecerse y discernir la calidad de ese contenido. Ello implica dedicarse a una lectura intensiva y ejercitarse en el pensamiento crítico, con lo que acabará integrando su empleo tanto de los medios masivos, los sociales y todos los recursos de la cultura. Eso sería lo ideal pero en la práctica es suficiente partir de una curiosidad intensa y amplia, tanto por las realidades del mundo como por las personas, y una vocación de compartir y tender puentes entre los seres humanos. De hecho, la comunicación no es otra cosa que la práctica del humanismo. Y la alfabetización mediática comienza por asumir una actitud activa hacia los medios de comunicación.

11. ¿Qué se puede hacer desde los medios de comunicación para movilizar hacia una conciencia ciudadana en escuelas, institutos, universidades y lugares de formación?



Asumiendo la triple misión clásica de los medios de comunicación democráticos: informar, entretener y formar. La misión de formar parece abandonada por casi todos ellos, excepto algunas, muy pocas, radios y televisiones públicas. Y precisamente la recuperación de la misión de formar podría pasar, sin esfuerzo, por hallar formas creativas de participación para la movilización ciudadana. Ciertos llamamientos a la participación se dan únicamente cuando se acerca Navidad, en forma de acciones solidarias, pero se podría estabilizar la presencia y acción de «comités de campaña» for-



Entrevista a Pete Seeger en Barcelona, 1982, en una taberna de barrio



Con alumnas de Egipto y República Dominicana, en la UAB.

mados por miembros del público que analizaran propuestas de acción y las llevaran a cabo: lo que se hace en formatos como *Verkami*, *GoFundMe* u otros. En la red se ha aprendido de sobras a promover la participación, sólo hace falta que los medios se atrevan a aprender de ello.

12. ¿Cuál puede ser/debiera ser el futuro de la participación ciudadana en los medios?



En los inicios de la *web 2.0* pareció que las versiones web de los medios de masas iban a permitir una auténtica participación de los lectores y el público; luego se ha visto que sin una adecuada canalización lo que se produce es ruido. Actualmente los medios sólo están interesados en los clicks de «me gusta» o en las huellas que dejan los lectores en su paso por los distintos contenidos. No hemos cambiado pues en ese concepto de ganancia cuantitativa y consideración utilitaria de la atención del público. Es necesario que los medios reformulen formas de participación auténticamente activas e inteligentes, pero es difícil que los viejos medios acostumbrados a ser seguidos pasivamente se vuelvan participativos; esa oportunidad ya ha pasado. La auténtica participación ciudadana pasa por reformular, reconstruir y crear nuevos medios con auténtica aspiración y voluntad participativa que creen las condiciones adecuadas para ella.

13. ¿Qué deben hacer los gobiernos en sus políticas educativas para que la comunicación se convierta en una práctica social?



Bastaría con que cumplieran con el principio hipocrático de «primero, no dañar». Incluso el gobierno de coalición de izquierdas actual, al que voto y apoyo sin reservas. Los educadores no necesitan sermones sino que no les molesten y les dejen trabajar. No digamos ya proporcionarles los medios adecuados: esas *wifis* que dejan de funcionar cada dos por tres, esos ordenadores prometidos que no llegan... Cualquier maestro sabe perfectamente qué hacer, déjenle trabajar.

14. ¿Cómo se pueden trabajar en las aulas, mediante las nuevas tecnologías, los valores sociales?



Mostrando que la intercomunicación es mejor que la separación, que el ser humano está hecho para cooperar, que relacionarse y comunicar no sólo es divertido sino

nos hace sentir bien, que la relación con lo distinto nos produce un gran placer, que el enriquecimiento personal que nos hace ser felices viene de la relación e intercambio con los demás, no sólo los demás que son como nosotros sino los que son muy distintos a nosotros. Misión principal: romper las burbujas que encierran en núcleos autorreferentes. Y quizás otra cosa: recuperar y relanzar en y desde la escuela el ideal activo, participativo, cooperativo, igualitario, que representó la *web 2.0* en sus inicios. Me imagino una «cruzada de los niños y los jóvenes» para salvar el estupendo ideal realizable de la *web 2.0*, ya que la red está sufriendo una mediatización y depredación por parte de intereses y poderes que pretenden devolverla a la lógica unidireccional de los medios de masas, con la terrible contrarrevolución de las *apps* y los *clicks*.

15. ¿Alguna pregunta que quieras contestar que nunca te hayan hecho?



Me han preguntado todo tipo de cosas y me han dicho de todo menos guapo. Pero nunca me han hecho esta pregunta: ¿Cómo se podría aprovechar el enorme valor del método *scout*, los hallazgos geniales del movimiento *scout* y su experiencia más que centenaria, para aportarlos a la escuela y la educación? ¿De qué modo el espíritu *scout* podría reanimar y contrarrestar las tendencias del burocratismo, la rutina y la lengua de madera de las ciencias sociales orientadas a la educación para que reviviera la innata creatividad, energía y gozo propia de los niños y los adolescentes? (Soy seguidor de la frase «*Scout* una vez, *scout* para siempre», Lord Baden Powell).

16. Para Aularia, como revista de educación ¿alguna idea, propuesta o consejo?



Se me ocurre una cosa que no sé si es una idea descabellada. Añadir a Aularia revista de comunicación una Aularia escuela de educación. Crear una unidad dedicada a ayudar a educadores y personas interesadas en alfabetización mediática con materiales directamente educativos y de formación en educación (vídeos, cursos, lecciones, MOOCs, materiales didácticos). Para superar la gran dispersión que existe en este sector y la sensación de perplejidad que ello puede producir en los educadores.