

GARCÍA AVILÉS, José Alberto. *Comunicar en la sociedad de la red. Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona, Editorial UEO, 2015, 295 pp, ISBN 9788490646052

Las nuevas generaciones de graduados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas llegan con ilusión a sus titulaciones, ocupan sus asientos y preparan con gran motivación bolígrafo y papel dispuestos a absorber como esponjas todo el valioso contenido de las clases de sus recién estrenadas vidas universitarias. Ante esta expectación, entra el profesor, serio, muy formal, de más de 50 años, quizás con corbata, da la espalda a los estudiantes y escribe en la pizarra: ‘Bienvenidos a la asignatura Teoría de la Comunicación’. Se apagan las luces y baja el telón. La película se titula: ¡Qué he hecho yo para merecer esto!, -por cierto, nada que ver con la de Almodóvar-).

La audiencia de aquellas clases hemos llegado a la tarima y hemos llegado con muchas herramientas, el ordenador, el Power Point, Prezzi, Internet entra en las aulas y convertimos nuestras clases magistrales en auténticos seminarios o conferencias ricas en audiovisuales, fotografías, gráficos, tenemos destrezas en interpretación, incluso algunos se aprenden los nombres de todos sus alumnos. Éste es el contexto necesario para describir el libro que se analiza en estas páginas, porque para entenderlo hay que conocer a la persona que lo escribe. José Alberto García Avilés es un profesor del siglo XXI que domina las técnicas docentes más innovadoras y actuales, las lleva al aula y las trasmite a sus alumnos. El contenido del libro *Comunicar en la sociedad de la red. Teorías, modelos y prácticas* es el reflejo de un modo de pensar y transmitir el conocimiento que tiene como punto de partida el sentido común. Aprender teoría de la comunicación, sí, pero ¿por qué?

La publicación es el resultado de años impartiendo la docencia de la asignatura Teoría de la Comunicación, con versiones anteriores puestas en manos de los estudiantes que incluye sugerencias de ejercicios, recursos de documentos de apoyo -publicados incluso en la web- y referencias bibliográficas por cada capítulo, que actualiza y completa en esta publicación. Por fin, el autor se ha decidido y nos ofrece un libro que va más allá del manual de la asignatura, cumpliendo con su promesa de explicar a todo aquel que esté interesado por qué y para qué comunicar e informar. “El valor añadido y diferencial que la universidad puede aportar a la formación de los futuros periodistas no es sólo cómo y con qué llevar a cabo su trabajo” (22). La visión del estudiante debe ser reflexiva y analítica y no conformarse con la visión práctica que hoy todo lo engulle.

El libro está ordenado en siete capítulos. Solo con el primero la lectura ya está amortizada: *Premisas para el estudio de la comunicación* es una filosofía de vida, de la obligada formación humanística del universitario y de cualquier persona, de la base de las relaciones sociales y de la necesidad de conocer sus fundamentos y su engranaje para entender cómo funciona el hombre en el mundo y su relación con el entorno desde el ámbito de la comunicación. Abre los ojos a la necesidad básica de

interactuar tanto en su tiempo y espacio como más allá de estas fronteras limitadas por su propia existencia. Las personas no escriben para leerse a sí mismas, escriben para que otros las lean, más lejos de lo que pueden llegar en toda su vida y más lejos de lo que ésta puede durar. Y quien dice persona, dice grupo, sociedad, país, cultura o raza. “Queremos ser comunicadores profesionales, serios y competentes, lo que significa que somos personas románticas, convencidas de que la raza humana puede mejorar mediante el conocimiento y la educación” (24).

Pero el autor en su honestidad no descubre América solo, y acude a los grandes para explicar los modelos, las teorías y otros aspectos de la comunicación mediática en la Sociedad Red. Este desglose se desarrolla en los capítulos que siguen: el capítulo dos se centra en la naturaleza y los rasgos de la comunicación y la información; el tercero aborda el ecosistema comunicativo en la Sociedad Red; el capítulo cuarto recuerda los modelos clásicos sobre el proceso comunicativo y ofrece una propuesta de modelo de comunicación; en el quinto se centra en las audiencias, concepto y teorías; el sexto en la elaboración de contenidos informativos y las prácticas profesionales; y el último, en el análisis de los usos y abusos de la información y las estrategias de desinformación, reuniendo destacando documentos como ejemplo.

Refería a Neil Postman y la metáfora de la *revolución del enchufe* para llegar a la moraleja de que como profesionales asumimos que los medios, la red y la tecnología han llegado para quedarse, que son imparables, que es importante estudiar los medios para descubrir qué es lo que hacen con nosotros y cómo actúan en nuestra propia vida, “necesitamos tiempo para pararnos a ver el paisaje y vislumbrar lo que nos espera unos kilómetros más adelante” (28). Los modelos clásicos y las teorías de la comunicación son abordados para cubrir esa necesidad de contenido vital que tiene la profesión de comunicador. Rescata los errores cometidos para aprender de la experiencia y estudiar los usos y abusos de la información, la desinformación y la responsabilidad ética. Todo ello en el contexto más actual con el que se van a encontrar los profesionales del mañana que hoy están en las universidades, la Sociedad Red, la sociedad de las redes sociales, de los cibermedios y participación ciudadana. Y probablemente sea éste uno de los capítulos más novedosos y creativo: la inclusión de una selección de cibermedios alternativos demuestra la actualización de contenidos y el interés por mostrar a los lectores, tanto si son estudiantes, como si no lo son, el peso de la sociedad en el proceso de comunicación, independientemente de si se tratan de profesionales de los medios, de futuros profesionales o cualquier persona que tenga por objetivo comunicar bien.

En esta versión definitiva se echa de menos la propuesta de actividades que reflejaban el origen de manual de asignatura. Ahora, con un enfoque más divulgativo, se quedaron en la recámara, pero que reenfocadas podrían haber servido incluso como recursos de formación autodidacta para los lectores interesados.

Finalmente se intuye que el autor se quedó con ganas de ofrecer una asignatura sobre filosofía de la comunicación, pero una filosofía adaptada al siglo XXI, de esa que si se puede decir con una frase no se dice con dos, directa, clara y concisa, con lenguaje asequible y divulgativo, donde “la información debe entenderse como un bien social, y no como un simple producto o mercancía” (293). Y en esta asignatura ha encontrado el lugar de reflexión donde se suman las teorías y las preguntas sin respuesta del comunicador; donde lo importante no es tener una solución definitiva

para cada problema (43), sino no tener miedo a reconocer la ignorancia y que sobren motivos para no cesar en la búsqueda.

Montserrat Jurado Martín
Universidad Miguel Hernández de Elche
mjurado@umh.es