

La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo

Joan Ferrés i Prats

Gedisa editorial, 185 páginas, 2008

ISBN 978-84-9784-288-4

Reseñado por Mónica L. Gallino

Universidad Nacional de Córdoba

E-mail. mlgallino@gmail.com



El libro, redactado en un estilo coloquial y hasta si se quiere con facetas de humor motivacional y metafórico, presenta tres partes, *Una invitación al viaje*, *Las rutas de la neurociencia y de la comunicación* y por último, *Las rutas de la innovación educativa*. Ferrés i Prats es Doctor en Ciencias de la información y como especialista en comunicación audiovisual y educación nos presenta el panorama de la educación en tiempos de conflicto donde confluyen la comunicación, las tecnologías y los procesos de interacción.

En su apertura el mismo autor declara que es un libro de viajes porque en él se invita a compartir las experiencias de él mismo y a *seguir una trayectoria singular*. Desde su voz como educador reflexiona acerca de la importancia de la mirada como comunicador, ya que la educación toda está atravesada por ella. ¿cómo hacer de una clase un espacio seductor? ¿cómo llegar a los jóvenes de una generación que está inmersa en un nuevo mundo tecnológico-comunicacional?

Su primer planteo nos lleva a redimensionar la figura del educador como mediador que no solo es capaz de resolver conflictos sino también –más aún–, de crearlos. Paradoja que implica ruptura, incertidumbre y hasta desasosiego. En la inclusión educativa del mundo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se abriría una puerta para recuperar el interés por el aprendizaje, ellas

son también mediadoras. Sin embargo no solucionan *per se* los problemas de la comunicación, ni de la enseñanza, ni del aprendizaje; su eficacia tecnológica está en entredicho.

Uno de sus aspectos centrales y parafraseando a Umberto Eco, está dado porque «...en la era de las comunicaciones las batallas se ganan desde el receptor», punto de partida para realizar un análisis comparativo entre el discurso publicitario y el discurso educativo. Sin caer profundamente en el primero, rescata las dificultades de sintonía por parte de las instituciones educativas, lo que le vale afirmar que «ser un buen educador comporta ser un buen comunicador, y ser un buen comunicador implica la capacidad de sintonía (...) tener capacidad de seducción, en el sentido de tener empatía con los deseos del interlocutor», punto neurálgico que contrapone al *yamiqué* (¿y a mi qué?) que define más de una postura desde los estudiantes en su relación con los contenidos programáticos.

Aquí hace anclaje en la educación como industria del deseo.

Retomando los avances de los neurobiólogos sitúa la movilización que realizan los medios masivos audiovisuales en su carácter de estar marcados por el despertar de las emociones, «nadie se mueve por las ideas», sino más bien, «por la pasión por las ideas».

Lo acertivo del libro de i Prats es que retoma el diálogo interno de los profesores que saben que algo ha dejado de funcionar y que hay que sumar nuevas herramientas, y que muchas de ellas vienen de la mano de los nuevos lenguajes y las nuevas tecnologías, así como de los recursos multimediales, pero cada uno de ellos adecuados a los espacios, personas, características, entornos socioculturales, motivaciones, intereses y capacidades individuales. No hay recetas magistrales, pero sí afirma que es el momento de entender que alejarnos de estas tecnologías no hacen más que abrir las brechas generacionales y discursivas.

Las generaciones herederas de la imprenta poseen un pensamiento reflexivo operante, es decir con mayor privilegio de la abstracción y conceptualización analítica. En cambio, las nuevas generaciones son herederas de la imagen y su dinamismo (televisión, cine y TIC). Ello ha llevado

a un modo de operar radicalmente diferente, con un carácter más emocional con dosis mayor de concreción a partir de un tratamiento intuitivo y global sintético desde lo sensorial: imagen, movimiento, sonido, color, etc. No es lo mismo una descripción textual de un fenómeno que la visualización del mismo. Tampoco es lo mismo la visualización de un fenómeno en una pantalla (mundo virtual) que la interacción concreta con el mismo (mundo real).

Esta situación lleva actualmente a una sobre estimulación sensorial en detrimento de la abstracción.

La tarea docente entonces implica partir del conocimiento *del sujeto* que aprende, de los *saberes ya aprendidos* (positivos o negativos) y de los *modos de operar* para generar competencias de comprensión y reflexión provocando conflicto cognitivo y orientando el pensamiento mediante la regulación o monitoreo del lenguaje, de *los diversos lenguajes* (oral, textual, gráfico, icónico, etc.). Demanda la puesta en práctica de nuevos recursos de lenguaje y códigos bien precisos, estableciendo puentes y andamios que generen desde lo emotivo sensorial y sincrético, operaciones de índole superior: p.e. modelizar, teorizar, jerarquizar conceptos, elaborar categorías conceptuales, etc. Es decir, procesos basados sustancialmente en la abstracción.

Las decisiones didácticas, en este contexto, cobran especial importancia en cuanto a las estrategias de enseñanza y de aprendizaje de manera que se pueda lograr que *«los objetos de deseo se conviertan en objetos de conocimiento»*.

Lo que i Prats sostiene como *huir de la propia realidad* es el estado de hibernación en que los maestros y profesores hemos quedado. Paralizados por el miedo a llevar adelante cambios que dos décadas atrás nos parecían drásticos, a la fecha ya nos sentimos desbordados por alumnos que no sólo los conocen sino que suelen manejarlos mejor que nosotros y por una tecnología que ha llevado la comunicación a analogías y metáforas que nos resultan de complejas lecturas.

Generar en las escuelas la **Industria del Deseo** es el desafío de revisar sin prejuicios la currícula, planificaciones, estrategias y metodologías. Es también sincerar lo que viene fallando desde hace varias décadas y modificar el discurso incorporando aquellas metáforas que resulten significativas y que sean posibles de apropiación individual, no masiva.

Si bien el autor parte de varios recursos de la comunicación masiva, los ejemplos que da sobre el modo en que escuelas, docentes y chicos utilizan para cambiar el *yamiké*, no hacen más que apuntar a las individualidades que tenemos al frente en el aula. Y que es lo que la educación en los últimos años ha olvidado, cada estudiante tiene un modo de aprender diferente, cada receptor pone en juego diferentes recursos para apropiarse de los saberes, así como cada docente es un mediador o un facilitador diferente. A la hora del juego de enseñanza aprendizaje lo que cada quien deberá tener en cuenta es que desde las emociones, los conceptos toman un matiz particular y puede ser realmente transformador y transferible.

«Las encrucijadas históricas, las épocas de cambio, se caracterizan por el desconcierto, por la inseguridad y por la dificultad de adecuación a las nuevas estructuras. Por esto sorprende el encuentro con profesionales ilusionados y optimistas, convencidos de que están en el buen camino.

No es un optimismo ingenuo: si encaran con ilusión el futuro es porque están satisfechos del presente. Y lo están porque comprueban día a día la eficacia de sus planteamientos didácticos».