

Integrar Emoció i Reflexió

Joan Ferrés, Doctor en Ciències de la Informació i professor de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, va pronunciar la conferència inaugural del XI Seminari Interuniversitari de Pedagogia Social.

La seva experiència professional i el seu treball com a investigador li han proporcionat una capacitat per a analitzar a fons els mitjans de comunicació i els seus efectes. Especialment la televisió a la qual ha dedicat el seu últim llibre *Televisión Subliminal*.

Amb ell hem mantingut aquesta entrevista que situarà al lector en el tema del monogràfic.

Els mitjans de comunicació eduquen?

La seva intenció no és educativa, això és evident. Però crec que un dels equívocs fonamentals des del punt de vista dels emissors, dels creadors de missatges i també des del nostre punt de vista com a espectadors, és aquesta confusió entre el que és educar i el que és no educar. És a dir, si s'entén educar com a instruir, està clar que els mitjans de comunicació no tenen la funció de seguir uns temes curriculars, de donar una formació. En canvi, des d'un punt de vista socialitzador (de donar sentit a la realitat, de conferir valors,...) els mitjans de comunicació són absolutament educatius o absolutament deseducatius.

Com es poden aplicar els mitjans de comunicació al món educatiu?

Hi ha dues coses diferents però que tenen a veure. L'escola hauria de fer dues coses: ensenyar a veure la televisió i, a part, ensenyar amb la televisió. És a dir, ensenyar a veure mitjans de masses, ensenyar a descodificar la televisió, la publicitat, etc... i alhora aprofitar aquests mitjans per ensenyar. A la llarga obtindríem dues avantatges: una, que l'ensenyament fos més motivador i engrescador i, l'altra, que servís per introduir paràmetres de reflexió. Massa sovint, l'escola i la cultura esdevenen l'àmbit de la reflexió sense emoció i, en canvi, la televisió és massa vegades l'emoció sense reflexió. Per tant, si incorporéssim a l'escola materials extrets de la pròpia televisió, faríem més atractiva l'educació i, alhora, si s'utilitzés la metodologia adequada, ens habituaríem al fet que la reflexió es derivés de l'emoció.

Es pot afirmar que els mitjans de comunicació, i en especial la televisió, modelen les persones?

Sí. Aquesta és una idea que queda recollida en el meu darrer llibre *Televisión subliminal*, subliminal no en el sentit clàssic de la publicitat, sinó com a modelador inadvertit de consciències. Penso que la manera com la televisió modela les consciències o indueix a assumir valors i a donar sentit a la realitat és des d'una lògica que no té res a veure amb la lògica per a la qual estem formats, des d'una lògica basada en mecanismes de transferència, d'associació i no pas de raonament. A la televisió es realitzen constantment transferències. Per exemple, d'un personatge que ens resulta emotivament gratificant, passem a assumir-ne els valors. Es presenta un heroi que satisfà els nostres desitjos i, si resulta que aquell heroi és militar, acabem carregant de valor positiu l'uniforme militar... Ens hi hem identificat, no perquè ens hagin donat arguments a favor del militarisme, sinó a partir que emotivament aquell heroi connecta amb el nostre *jo* real o ideal. Així el militarisme en surt reforçat com a valor.

Les audiències tenen la programació que demanen?

Jo crec que és un joc d'interaccions. En part, és cert que la gent ho demana, però també és cert que es pot aconseguir que la gent demani el que nosaltres volem. Etimològicament "educar" vol dir treure de dins. Però, és clar, les persones som contradictòries. Dins nostre conviuen tota mena de sentiments. Tu pots connectar amb una persona des de les seves dimensions més agressives o des de les seves dimensions més solidàries. Jo crec que està prou demostrat que programes escombraries o *realities shows*, que juguen amb la pornografia dels sentiments, atreuen i connecten, però també està demostrat que hi ha gent com en Joaquim M. Puyal que és capaç de fer un programa amb un nivell de molt més gust i que han estat programes massius, d'èxit. Per tant, dir la televisió escombraria és el que la gent demana és una mena de fal·làcia. Si tu ofereixes determinats continguts, treballats i amb capacitat d'adequar-se al mitjà i a la gent, que siguin atractius i de qualitat, és molt possible que atreguis les audiències. A mi em sembla que l'error fonamental està en la pròpia gent de cultura, en el fet que hi hagi massa pocs Puyals (i sense voler-lo mitificar). Quan es fa a la televisió un programa cultural de llibres, per exemple, sol ser un pal perquè no ens adonem que estem a la tele i que, per tant, la tele és diferent d'un llibre. Hem de saber repensar la cultura en funció que estem en una nova societat. Cal saber adaptar constantment el missatge al canal. Per exemple, normalment pensem que els eslògans publicitaris són fórmules buides i adormidores i que a les antípodes hi hauria la cultura que ha d'expressar-se necessàriament en forma d'un discurs llarg, dens i avorrit. En canvi, la cultura oriental ens ofereix proverbis, que són igual de concisos que els eslògans publicitaris però d'una gran saviesa i gens adormidors. Hem de veure si som capaços

d'aprofitar aquests mateixos elements: la brevetat, la suggerència, el xoc emotiu,... no per adormir, sinó per a desvetllar.

Quina és la teva opinió sobre la gran oferta televisiva que tindrem ben aviat a partir de la generalització de la televisió digital?

Pot ser molt positiu, però el que també es posarà de manifest és que la televisió no és un mitjà tan democratitzador com pot semblar. Tindrem llibertat per veure el que vulguem, però això serà igual de relatiu que el concepte d'igualtat social. Tots podrem triar però en funció del nostre propi bagatge cultural, del nostre *background*, dels nostres interessos o de la nostra formació, triarem una cosa o una altra, amb la qual cosa les diferències es podran accentuar molt més. Són processos positius però que encara potenciarien més la necessitat de formació.

Gemma Aragall
Periodista