

LIBROS

Águeda Delgado ▼

En nuestros días, la omnipresencia de las pantallas que ocupan todos los ámbitos de nuestro quehacer cotidiano requiere una atención explícita y eficaz desde la educación que ayude y forme a los ciudadanos no solo desde la recepción, sino también, en esta era del prosumidor, desde la creación. No obstante, como pone de manifiesto este libro, teniendo en cuenta las revelaciones de la neurociencia, la formación en comunicación audiovisual se ha centrado en la reflexión crítica a través de la razón, desatendiendo aspectos tan importantes como la gestión de las emociones, sin la cual no se podría hacer frente a los mensajes mediáticos cargados de estrategias que se dirigen directamente al inconsciente humano. «Las pantallas y el cerebro emocional» afronta la ardua tarea de poner de relieve los descubrimientos en torno al cerebro emocional que se han llevado a cabo en los últimos tiempos, su relación con las pantallas y la manera de abordarlos desde una educación mediática efectiva. Se descubrirá, por tanto, a través de sus páginas, que la gestión emocional es el principal requisito que garantizará la eficacia en la transmisión de mensajes atendiendo a la construcción colaborativa de conocimientos, la mejora del entorno social o la potenciación de la creatividad. El libro comienza con una introducción que pone en antecedentes al lector sobre el contenido del trabajo que tiene delante. Con la metáfora del laberinto sumergido nos ofrece la visión de la arquitectura de las emociones como una compleja trama de senderos que habrá que ir recorriendo para revelarlos y poder extraer su potencial en pos de una comunicación autónoma y eficaz con las tecnologías. En la primera parte, «El poder de las emociones», el texto habla del poder que las emociones tienen en la vida de las personas frente a la razón y el pensamiento, que

también, aunque hasta ahora no se haya tenido consciencia de ello, están influidos por las emociones y, además, las necesitan para poder actuar con efectividad, como se demuestra en distintas investigaciones. La segunda parte del libro, «El poder de las pantallas», trata sobre la gestión de las emociones como requisito indispensable para obtener el máximo potencial de las herramientas tecnológicas y las nuevas prácticas comunicativas. Se establece ya la relación con las pantallas en la convergencia de lenguajes, en los procesos de hibridación, de simulación y en espacios participativos. Y en la tercera parte, «El poder de la educación mediática», Ferrés propone distintos criterios para llevar a cabo la educación mediática partiendo de los aspectos puestos de relieve por la neurociencia y plasmados en el texto para, finalmente, atendiendo a la necesidad latente que existe hoy de una metodología para el análisis de relatos audiovisuales, plasmar una propuesta que aborde dicho estudio. El broche final del libro lo pone un manifiesto, «A modo de síntesis», dirigido tanto a los profesionales de la educación y de la comunicación como a los ciudadanos y ciudadanas en general, donde se condensan algunos de los principales conceptos desarrollados a lo largo de la obra. Nos hallamos, por tanto, delante de un estudio innovador que desestabiliza algunos de los criterios tradicionales que, hasta ahora, sustentaban la educación mediática. Su autor, Joan Ferrés, nos introduce con gran maestría en los misterios del cerebro emocional y su influencia no solo en relación con las pantallas sino, también, en muchos aspectos de la educación y de la vida. Se trata de una obra fundamental que da un paso adelante en la consecución de una ciudadanía formada mediáticamente que sea capaz de enfrentarse con eficacia a los mensajes que nos ofrecen los medios de comunicación y las tecnologías.



Las pantallas y el cerebro emocional; Joan Ferrés; Barcelona, Gedisa, 2014; 254 págs.