

Entrevista con Richard Gatarski
“La escuela ya ha cumplido su función”

Lära Stockholm, nr. 4, 2009, pp. 16-20

Entrevista: Tomas Bannerhed



WWW.NODOSELE.COM/BLOG

Traducción del sueco – febrero 2010

Emilio Quintana (Instituto Cervantes Estocolmo)

Juan Manuel Higuera (Dalarna University)

“Skolan har spelat ut sin roll”

Är det dags att bomma igen klassrummen och låta lärandet ske på elevernas villkor, i deras miljö? Kanske lämpar sig datorspel och multimediemobiler bättre än gamla tummade läroböcker för 10-talets undervisning?

Vi har träffat föreläsaren, rådgivaren och proffsbloggaren Richard Gatarski, som anser att skolan har gjort sitt. Ätminstone i sin nuvarande form.

TEXT: TOMAS BANNERHED
FOTO: ULRICA ZWINGER



Skolan är formad efter 1800-talets krav och behov, säger Richard Gatarski. Det är hög tid att vi skapar något för 2000-talets barn och ungdomar. Varför ska till exempel eleverna varje dag, år efter år, komma till lärarnas arbetsplats? Varför kan inte pedagogerna röra sig där eleverna är?

– Min idé är att *inte* utgå ifrån att skolan ska fixa allt. Vi

skriva och räkna och bli värdefulla för samhället. En gång i tiden delade man på en griffeltvå, sedan köpte skolorna in planscher med djur från andra delar av världen – oel detta är väl det sista man behöver gå till skolan för: att se resten av världen och lära sig läsa och skriva. Den nya tekniken förändrar väldigt mycket.

Men vart ska man gå, man måste väl vara någon

¿Ha llegado la hora de cerrar las aulas y dejar que el aprendizaje se adapte a las condiciones y al entorno del estudiante? ¿Son más adecuados los juegos de ordenador y los dispositivos móviles que los viejos y manoseados libros de texto para la enseñanza del siglo XXI?

Hemos hablado con el profesor, consultor y bloguero profesional Richard Gatarski, que piensa que la escuela ya ha cumplido su función. Al menos en su forma actual.

La escuela responde a las normas y requisitos del siglo XIX, dice Richard Gatarski. Ya va siendo hora de crear algo para los niños y adolescentes del siglo XXI. ¿Por qué, por ejemplo, los estudiantes tienen que desplazarse cada día, año por año, al lugar de trabajo de los profesores? ¿Por qué no son los educadores los que se desplazan a donde están los estudiantes?

– Mi idea es que *no* podemos asumir que la escuela puede arreglarlo todo. Tenemos que preguntarnos qué es lo que realmente necesitamos. El proceso de socialización es importante, aprender a socializar con otras personas, tanto local como globalmente. Los estudiantes necesitan también adquirir una gran cantidad de nuevos conocimientos. Desde hace mucho tiempo se dice que esas cosas se aprenden en la escuela, pero yo prefiero verlo desde otra perspectiva, darle a los alumnos la posibilidad de *crear* conocimiento en colaboración con otros.

Hace diez años, Richard Gatarski estuvo en el programa de la TV Sueca “Gomorrsonoffa” y trató de explicar los beneficios de la banda ancha. Ahora está a la vanguardia por lo que se refiere al potencial de las redes sociales, también en contextos profesionales. Richard Gatarski gestiona los sitios web **skolmarknad.info** y **weconverse.com**, y es miembro de la Dirección del Centro Nacional de Usuarios de Nuevas Tecnologías. Es doctor en Economía, y ha sido profesor e investigador en la Universidad de Estocolmo, pero en este momento trabaja como conferenciante y asesor independiente en los campos de los medios de comunicación, el marketing y la formación. Gatarski se refiere también a sí mismo como un provocador.

¿Qué es lo que hace que la escuela sueca actual esté anticuada?

Que se sigue basando en el proyecto de la Modernidad, en la idea ilustrada de que todo el mundo tiene que aprender a leer, a escribir y a hacer cuentas, y ser útiles para la sociedad. Hubo un tiempo en que había que compartir una pizarra, después las escuelas compraron carteles con los animales de otras partes del mundo – y *esta* es la última cosa para la que uno tiene que ir a la escuela: ver el resto del mundo, aprender a leer y escribir. Las nuevas tecnologías cambian mucho las cosas.

Pero, ¿dónde hay que ir? Incluso en el caso de que se utilicen ordenadores portátiles, hay que estar en alguna parte mientras se aprende.

No en una escuela, en todo caso. El conocimiento se puede adquirir en casa, en el metro, en la playa. Conozco a alumnos que han aprendido japonés en quinto de primaria con videojuegos. La escuela no ayuda a esto. Mis propios hijos han aprendido inglés en internet y viendo la tele, no en la escuela. En muchos casos, se siguen usando los mismos manuales de inglés que había cuando yo iba al colegio, y han pasado muchas cosas desde los años 70 hasta hoy, también en la enseñanza de lenguas.

Creo que hay que escuchar a los propios jóvenes y crear entornos con actividades de aprendizaje que se adapten a sus necesidades.

Si en todo caso decidimos seguir llamándola escuela –puesto que hay que tener alguna forma de enseñanza obligatoria para que nadie se quede atrás-, ¿cómo debería la escuela hacer uso de las nuevas tecnologías?

Para empezar, todo el mundo tiene que tener su propio ordenador, que además tiene que ser muy bueno. Esto es más importante que los profesores competentes, y es indispensable si mantenemos la idea de que todo el mundo debe disponer de las mejores condiciones posibles. No todos tienen un ordenador propio en casa. Hay una gran cantidad de investigación que muestra las grandes ventajas del *one-to-one*, es decir, un ordenador por estudiante.

Sostener que el acceso a equipos informáticos es más importante que la competencia de los profesores, ¿no es una manera de poner la forma y la tecnología por encima de los conocimientos que transmiten los contenidos?

Esa es una pregunta interesante. Pero, ¿no estamos obsesionados con la forma, incluso cuando se trata de lápiz y papel? ¿Y cuánto tiempo vamos a seguir necesitando? En ese caso, lo importante es tener la literatura adecuada – del mismo modo que se trata de tener la tecnología disponible adecuada.

Y en cuanto a la competencia del profesorado, todo el debate es un ejemplo de la falta de pensamiento crítico. Si tenemos en cuenta todas las críticas que la formación del profesorado ha recibido en los últimos años – y que aparentemente están justificadas – es bastante extraño que se utilice como criterio de calidad precisamente la cualificación docente. Por otra parte, uno se pregunta si una competencia docente de hace veinte años merece la pena en la escuela actual. Entonces todavía se usaba la máquina de escribir.

¿Cómo podemos usar las redes sociales en la escuela para mejorar el aprendizaje?

El consejo número uno es dirigirse a un compañero de trabajo que ya esté utilizando intensamente estos medios. Aprender unos de otros en los equipos de trabajo. Hay miles de profesores en Suecia comprometidos con el tema de las nuevas tecnologías. **Jonas Hällebrand**, por ejemplo, que gestiona el blog "En IKT-pedagogs fundringar" ("Reflexiones de un pedagogo en Nuevas Tecnologías", ikt-pedagog.blogspot.com), tiene muchas cosas apasionantes en marcha. Y el concurso escolar *Webbstjärnan* (webbstjärnan.se) ofrece herramientas gratuitas, alojamiento web y formación. Mire las redes que existen en Internet. Para mí el aprendizaje es lo mismo que el conocimiento creativo a través de la conversación en las redes sociales.

Una buena idea es decirle a los alumnos: "Vamos a lograr este objetivo de conocimiento, ¿pensáis que lo podemos hacer usando el teléfono móvil?". Los chicos suelen venir con buenas ideas.

¿Cuáles son los beneficios pedagógicos de la red social? ¿No existe el riesgo de que las posibilidades técnicas se conviertan en un fin en sí mismo?

La motivación es muy importante para poder aprender. Si una escuela dispone de una pizarra digital interactiva (PDI), los estudiantes estarán más interesados de inmediato. En realidad, es muy simple. Por otra parte, el uso correcto de las nuevas tecnologías, en última instancia, ahorra tiempo y dinero.

Se habla mucho de *storytelling* hoy día. ¿Cómo habría que llevar esto al mundo de la escuela?

No hay que darle tanta importancia. Un profesor utilizó el libro "Let the Right One In" de **John Ajvide Lindqvist** y dejó que los alumnos bloguearan sobre Blackeberg¹. Inventaron un montón de historias propias relacionadas con el libro. Los jóvenes actuales están muy acostumbrados a dibujar historias. Se construyen una vida en **The Sims**, o, si son un poco mayores y más avanzados, en **World of Warcraft**. Eso es lo que normalmente hacen fuera de la escuela. Por tanto, ya es hora de que traigamos "su" mundo a la escuela.

En su opinión, ¿cómo afecta la "sociedad de 24 horas" al papel de los profesores, a largo plazo? ¿Debe cada profesor que se estime a sí mismo poner las tareas en un blog, contestar emails, tener contacto a través de MSN con los alumnos por la noche?

Ya hay muchos ejemplos hoy día, pero a menudo se trata más de una seguridad para los estudiantes. Es bastante raro que los alumnos intenten ponerse en contacto con sus profesores por la noche. Pero, al mismo tiempo, si sucede algo extraordinario durante las vacaciones de verano en Roma, ¿por qué no hacer uso de la posibilidad de comunicar esa experiencia a su profesor de una sola vez en lugar de pensar que tendrá que esperar hasta octubre, cuando lean sobre ella en las lecciones de educación cívica?

Quizá deberíamos pensar en una jornada escolar diferente de la actual, que es de 8 de la mañana a 3 de la tarde. ¿No sería posible que los profesores eligieran las horas del día en que quieren trabajar? Sería una forma también de abrir el abanico de posibilidades para aquellos que quieren trabajar más que a tiempo completo, porque les parece divertido. Veo que la sociedad de 24 horas es más bien una posibilidad de aumentar la adaptación individual.

Usted ha trabajado como empresario. ¿Cómo debería ser la colaboración entre escuela y empresa, para que todos los participantes se beneficien de ella?

La escuela se ha quedado claramente atrás a la hora de tratar este tipo de relaciones. Es frecuente que se engañe a las escuelas. La empresa es experta a la hora de individuar con quién trabajar para lograr un objetivo determinado – las escuelas, sin embargo, aceptan encantadas lo que sea.

Una de mis ideas es: más trabajo juvenil. Los estudiantes deben salir fuera y trabajar más. Si se ha conocido a un comerciante y se le ha estrechado la mano, no creo que uno vaya luego rompiendo escaparates por la noche. Los contactos personales son muy valiosos. Pero, por desgracia, esto no tiene cabida en los planes curriculares, ni en los planes de desarrollo escolar, ni en el nuevo sistema de calificaciones, ni en el documento de garantía de calidad de la enseñanza. Se necesita un profesor valiente que se atreva a incluir estos elementos prácticos, por ejemplo en la asignatura de Ciencias Sociales.

¹ Blackeberg es el suburbio de Estocolmo que forma parte del distrito de Bromma en el que tiene lugar la acción de la novela.

Usted gestiona también el sitio web skolmarknad.info y ha trabajado mucho en cuestiones de márketing. ¿Cómo ve la relación entre la escuela y márketing?

Cuando se pusieron en marcha las escuelas concertadas en Suecia, muchas personas pensaron que habría una guerra publicitaria entre las escuelas para atraer estudiantes. Pero no tiene sentido empezar haciendo publicidad para captar alumnos, ya que lo primero es conseguir una escuela que sea lo bastante buena. Muchos pensaron que este último era el camino a seguir, ya que la subvención a la escuela es de 60.000 coronas y un pequeño anuncio en el periódico *City* cuesta 4 000, de modo que hay que pensarse muy bien el camino a seguir. ¡Así no se puede trabajar!

¿Cuál es la alternativa?

Las escuelas que tienen una baja tasa de abandono las dirige a menudo un director que es muy bueno trabajando con los medios de comunicación y que sabe darle visibilidad a los aspectos en que son buenos en su escuela. Alguien ha ganado un premio o un concurso, pues hay que contárselo a todas las personas que sea posible. Algo divertido ocurre en la escuela, bien, hacemos un simple comunicado de prensa para llegar a la gente. **Rinkebyskolan** lo ha hecho muy bien durante mucho tiempo.

Las empresas comerciales y las asociaciones que trabajan con niños a menudo son muy buenas, especialmente cuando se trata de los medios de comunicación social. Para llegar a los jóvenes de hoy en día es necesario tener un conocimiento total de su cultura, cómo viven y se comunican, de dónde sacan la información. Vender educación o unos vaqueros en realidad es la misma cosa. ¿Qué camino va a seguir un vendedor de vaqueros para que todos los jóvenes quieran comprar los mismos vaqueros en un año determinado?

Otro problema de las escuelas es su ignorancia sobre las marcas. Sabemos que los jóvenes controlan el mercado de los vaqueros y que ciertas marcas están mejor posicionadas, pero cuando le pregunto a personas que se están formando para ser directores de colegio cuáles son las marcas de moda en su escuela, se encogen de hombros. Después de un rato, alguno responde que **“Arla”**, una empresa que es increíblemente buena en la comercialización. **“Arla”**, con ayuda de la escuela, ha hecho creer a los suecos, también a los niños, que la leche es, en cierto modo, vital. Ya en sexto de primaria empiezan a aparecer ofertas para realizar una visita escolar a una granja de **“Arla”**.

Otros que han conseguido establecer marcas fuertes en el mundo de la escuela son **Montessori, Reggio Emilia, Smartboard y Ross School**.

Hace un par de años “Save the Children” realizaba regularmente unas miniencuestas en Lunarstorm y, según cuentan, llegaron a conseguir 100 000 respuestas en una tarde.

Es definitivamente más eficiente utilizar tales foros que poner un anuncio en los periódicos. Y no se trata sólo de llegar con un mensaje, sino de escuchar también la respuesta. La imagen de muchas escuelas se construye actualmente en los diversos foros de internet, no en la propia web de la escuela. Tanto los que dirigen la escuela como los profesores tienen que hacer más búsquedas en Google sobre su propia

escuela y ver dónde se la menciona. En un artículo publicado en la prensa norteamericana unos alumnos hicieron referencia a la enseñanza sueca nombrando una escuela específica como modelo a seguir. ¡Esas son las cosas que hay que atrapar al vuelo y comunicar!

Blondinbella (blondinbella.se) es por ejemplo sorprendentemente interesante si se quiere tomar parte en la conversación acerca de la escuela entre los jóvenes de hoy. Los rumores – y las verdades – sobre las diferentes escuelas se propagan en gran medida a través de blogs.

Observación activa del entorno, así de simple.

Exacto. Y en este terreno la escuela tiene mucho que mejorar.

En su opinión, ¿cómo deben perfilarse las escuelas públicas municipales en relación con las escuelas concertadas?

Las públicas no funcionan como marcas. Muy pocos saben lo que significa o lo que diferencia a las "Stockholms stads skolor" (Escuelas públicas del municipio de Estocolmo) de las escuelas en Estocolmo en general. ¿Qué significa que la actividad sea municipal? ¿Cuál es el valor que hay en ello? Es importante que la marca se haga tan importante que cada escuela sienta que su identidad consiste en la marca, y que quiere que se la relacione con ella. Por tanto, es importante que la marca sea atractiva. Piense en el reportaje que ustedes publicaron (*Lära Stockholm*, 3 / 2009) sobre la profesora de artesanía **Riitta Oja-Rope**. Ella constituye un modelo increíble sobre el que he escrito en mi blog. ¡Estas historias hay que colgarlas en la red! Así es como uno construye su marca. Hoy en día, el concepto "Stockholms stads skolor" es muy vago. Yo no sé qué significa, no sé si es bueno o malo.

La dirección central debería pensar qué es lo que la marca municipal realmente representa. ¿Qué valores únicos ofrecemos, tanto emocional como racionalmente? ¿Por qué deberían los padres elegir una de nuestras escuelas? Y eso es tanto un arte como una ciencia. ¿Qué es lo que distingue a un par de vaqueros "Nudie" de un par de vaqueros "Lee"? En realidad, quizá no mucho, pero, ¡emocionalmente!; se trata de una cuestión que exige habilidades, si se quiere mostrar el mundo de forma correcta.

En este mundo cada vez más digitalizado, ¿qué es lo que distingue a un buen profesor?

Es alguien que tiene una imagen muy buena de los chicos y de la cultura juvenil, de los mundos en que viven y de las herramientas tecnológicas que utilizan, es una persona que se atreve a probar cosas nuevas y no desecha lo que es extraño, alguien que realmente quiere aprender y participar de acuerdo con las premisas de los jóvenes. Razonar así no sirve: "Vale, si queréis podéis seguir con eso, pero yo tengo mis métodos y no voy a cambiar". Un buen profesor lo que dice es: "No sé realmente lo que estáis haciendo, pero me gustaría aprender".

Por otro lado, actualmente todo el mundo reclama una mayor conexión entre escuela e investigación. ¿Tendremos así mejores profesores y estudiantes más preparados?

Los buenos profesores aprenden unos de otros. El que sabe de tecnología difunde sus conocimientos entre los miembros del equipo de trabajo. Esto no existe en la formación del profesorado. Por eso el nivel universitario es cada vez más bajo.

¿Cómo creamos conocimiento juntos?

Publicando en un blog sobre el trabajo, haciendo vídeos y colgándolos en la red, twitteando nuevas ideas, compartiendo experiencias, llamando la atención sobre enlaces de interés, experimentando en clase y transmitiéndose experiencias. El 95 por ciento de los profesores que han llegado lejos en el uso de las Nuevas Tecnologías y medios de comunicación social, han aprendido entre ellos, no en una universidad.

¿Cuál es el reto más importante a que se enfrenta la escuela sueca del siglo XXI?

Atreverse a asumir nuevas formas de compartir el conocimiento, tanto en la educación como entre compañeros de trabajo. Y encontrar un líder visionario, que se atreva a pensar en un nuevo sistema escolar sueco.

Por último, ¿conducirá la digitalización a cambios sociales tan grandes como los que trajo la industrialización?

¡Mucho mayores, mucho mayores! La nueva tecnología supondrá que la cultura escrita en buena parte se verá reemplazada por una cultura multimedia. La transmisión de sonidos, imágenes y sentimientos será cada vez más importante, y en parte desplazará a la lengua escrita. Esto ya está en marcha, pero para darse cuenta de que algo importante de hecho ya ha pasado, hace falta tiempo. El Renacimiento necesitó más de 200 años.

Richard Gatarski mantiene los blogs www.skolmarknad.info y www.weconverse.com. Pasa por ellos y deja tu comentario. Con las redes sociales de comunicación en internet (blogs, wikis y foros) los participantes crean colaborativamente los materiales y comentan entre sí las contribuciones.

Esta obra se publica bajo una licencia Creative Commons de Reconocimiento-No comercial 3.0 : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/deed.es>

