

Comunicación audiovisual en el currículum

Imágenes y sonidos en el aula



COMUNICAR

Director

José Ignacio Aguaded Gómez. Huelva

Subdirector

Antonio Feria Moreno. Sevilla

Consejo de Redacción

José Francisco Viso (Córdoba), Enrique Martínez (Almería),
Sebastián Medina (Jaén), M^a Amor Pérez, M^a Teresa Fernández,
Manuel Monescillo, Juan Manuel Méndez (Huelva) y J. Alberto Benavides (Granada)

Consejo Asesor

Universidad

Juan A. García Galindo. Universidad de Málaga •
Javier Ballesta. Universidad de Murcia •
Julio Cabero. Universidad de Sevilla •
Donaciano Bartolomé. Universidad Complutense •
María Luisa Sevillano. UNED. Madrid •
Pilar Rodríguez. Universidad de Extremadura •
José Nieves. Universidad de Huelva •
Joan Ferrés. Universidad Blanquerna. Barcelona •
Lisardo Doval. Universidad de Santiago •
Francisco Pavón. Universidad de Cádiz •
M. Ángel Biasutto. Universidad Politécnica. Madrid •
Bernardo de la Rosa. Universidad de Sevilla •
Vítor Reia. Universidad del Algarve. Portugal •

Medios de comunicación

Fabrizio Caivano. «Cuadernos de Pedagogía» •
Adrián Larrosa. «La Prensa en el Aula». Madrid •
José D. Aliaga. «Primeras Noticias». Barcelona •
Concha Gómez. «Comunidad Escolar». Madrid •
Santiago de Andrés. «Escuela Española». Madrid •
Ezequiel Martínez. «Canal Sur TV». Sevilla •
Fernando G. Lucini. «Alauda». Madrid •
Alfonso González. «Huelva Información» •
M^a Dolores Ariza. Serv. Publicaciones. Sevilla •
Fernando Merchán. «Huelva Información» •

Educación Primaria y Secundaria

• Natalia Bernabeu. Dtra. Programa Prensa-Escuela MEC
• Manuel Fandos. Asesor N. Tecnologías. Zaragoza
• Rafael Miralles. Programa Prensa-Escuela. Valencia
• Luis Miravalles. Profesor y escritor. Valladolid
• José Luis Corzo. Profesor y escritor. Madrid
• Vicente Pardo Alarcón. Maestro. Castellón
• Pedro Luengo. Asesor Prensa-Escuela. CEP Zaragoza
• Ramón Morcillo. Coord. CEP Condado. Huelva

Asesoría internacional: Europa y América

• Jacques Gonnet. «Clemi». París. Francia
• Evelyne Bévort. «Clemi». París. Francia
• Sergio Sarmiento. «Clemi». París. Francia
• Chantal Libouton. «Actualquarto». Bélgica
• Antonio Santos. «Público na Escola». Porto. Portugal
• Teresa Fonseca. «IIE». Lisboa. Portugal
• Juanita Santodomingo. Dtra. «Medios-Educación». OEI
• Edgar Jémio. Dtor. Medios-Educación. Bolivia
• Rosario Gómez. Dtora. «Prensa-Escuela». Colombia
• Sonia Ferradini. Dtora. «Prensa-Escuela». Uruguay
• Gilberth Rodríguez. Ministerio Educación. Costa Rica
• Anselma Torrealba. Dtra. «Prensa-Escuela». Venezuela
• Gloria Gallardo. Coord. «Prensa-Escuela». Perú
• Juan Solano. Asesor Ministerio Educación. Ecuador
• Roxana Morduchowicz. «Adira». Argentina

© «COMUNICAR». Revista de medios de comunicación y educación

Publicación de ámbito nacional e internacional, indizada en la base de datos
«ISOC» del CINDOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

GRUPO PEDAGÓGICO ANDALUZ «PRENSA Y EDUCACIÓN»

Apdo Correos 527. 21080 Huelva. España (Spain)

DL: H-189-93 / ISSN: 1134-3478

Portada: Luciano Pérez; diseño gráfico y fotografías: Anma
Impresión y Encuadernación: Imprenta Ortega. Huelva
Andalucía, n^o 3; 2^o semestre, octubre de 1994



«COMUNICAR» acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico
de los ámbitos de la educación, la cultura y los medios de comunicación.

Se permite la reproducción parcial de este texto para uso didáctico, siempre que se citen autores y fuente de procedencia.
«COMUNICAR» es una publicación plural que no comparte necesariamente las opiniones expresadas por sus colaboradores.



Sumario

Preliminares

Prólogo

Editorial

Temas: Imágenes y sonidos en el aula

Presentación

/ 14 Nuevas tecnologías, comunicación y educación

Julio Cabero Almenara

/ 26 Una experiencia de radio escolar

Antonio Pradas López

/ 35 Televisión escolar «Las Montañas»

Manuel Morilla Jarén

/ 43 Teoría y práctica en la producción de un vídeo educativo

Ismael Roldán y Tomás Cárdenas

/ 50 Talleres de radio escolar, cultural y juvenil

Antonio Ayala Payet

/ 65 La publicidad y su integración en las aulas

Enrique Martínez Sánchez

/ 74 Cine y enseñanza

Federico Ruiz Rubio

/ 81 Multimedia en educación

Alfonso Morón y Diego Aguilar

Colaboraciones

Experiencias

/ 90 La prensa en Bachillerato. Una experiencia interdisciplinar

Lourdes Íñiguez, José Muñoz y Teresa de Ory

/ 94 Incorporación de los medios de comunicación en Ed. Infantil

Carlota García, Inmaculada Escarranza y Pilar Mancebo

/ 97 La prensa en la escuela rural

Rogeli Santamaría Luna

/ 101 Cómo educarnos sobre los residuos a través de la prensa

Federico L. Clauss Klamp

Sumario

Propuestas

/ 105 Programa de «Medios de Comunicación y Educación»

Organización de Estados Iberoamericanos

/ 108 Comentario de un texto periodístico

Natalia Bernabeu Morón

/ 114 La utilización de la prensa como recurso en Geografía

Ángel Luis Vera y M^a Pilar Valero

/ 118 Unidad didáctica: la publicidad

Pilar Guerrero y M^a Adela Moyano

/ 129 Imagen y prensa en la educación de actitudes y valores

José María Pérez Calvo

/ 136 Una ventana abierta al exterior: la prensa en la Universidad

M. Loreto Cantón y Covadonga Grijalba

/ 142 Realizar un documental

Miguel Ángel Biasutto

/ 146 Cultura y civilización británicas

Carmen Castro Rodríguez

Reflexiones

/ 149 Los medios al servicio del medio

Juan Carlos González Faraco

/ 154 Profesorado y nuevas tecnologías

Pedro Sieiro González

Investigaciones

Plataformas

Imágenes

Miscelánea

Informaciones/163

Fichas didácticas/167

Reseñas/170

Declaración sobre Educación de los Medios

Vivimos en un mundo en que los medios de comunicación son omnipresentes: un número de individuos cada vez mayor consagra buena parte de su tiempo a mirar la televisión, a leer diarios y revistas, a escuchar grabaciones sonoras o la radio. En ciertos países, por ejemplo, los niños pasan ya más tiempo ante la pantalla de televisión que en la escuela.

En lugar de condenar o aprobar el indiscutible poder de los medios de comunicación, es forzoso aceptar como un hecho establecido su considerable impacto y su propagación a través del mundo y reconocer al mismo tiempo que constituyen un elemento importante de la cultura en el mundo contemporáneo. No hay que subestimar el cometido de la comunicación y sus medios en el proceso de desarrollo, ni la función esencial de éstos en lo que atañe a favorecer la participación activa de los ciudadanos en la sociedad. Los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación.

Lamentablemente, la mayor parte de los sistemas de educación formal y no formal apenas si se movilizan para desarrollar la educación relativa a los medios de comunicación o la educación para la comunicación. Con harta frecuencia, un verdadero abismo separa las experiencias educacionales que proponen estos sistemas y el mundo real en que viven los hombres. Sin embargo, si las razones que avalan una educación en materia de medios de comunicación concebida como una preparación de los ciudadanos para el ejercicio de sus responsabilidades son ya imperiosas, en un futuro próximo pasarán a ser avasalladoras debido al desarrollo de la tecnología de la comunicación y los satélites de radiodifusión, los sistemas de cable bidireccionales, la combinación de la computadora y la televisión, los videocasetes y los videodiscos, que no harán más que aumentar la gama de opciones de los usuarios de los medios de comunicación.

Los educadores responsables no hacen caso omiso de esos adelantos; por el contrario, se esfuerzan por ayudar a sus alumnos a comprenderlos y a percibir la significación de las consecuencias que entrañan especialmente el rápido crecimiento de una comunicación recíproca que favorece el acceso a una información más individualizada.

Ello no significa que se deba subestimar la influencia que ejerce sobre la identidad cultural la circulación de la información y de las ideas entre las culturas gracias a los medios de comunicación de masas.

La escuela y la familia comparten la responsabilidad de preparar a los jóvenes para vivir en un mundo dominado por las imágenes, las palabras y los sonidos. Niños y adultos deben poder descifrar la totalidad de estos tres sistemas

D e c l a r a c i ó n

UNESCO

simbólicos, lo cual entraña un reajuste de las prioridades educativas, que puede favorecer, a su vez, un enfoque integrado de la enseñanza del lenguaje y de la comunicación.

La educación relativa a los medios de comunicación será más eficaz si los padres, los maestros, el personal de los medios de comunicación y los responsables de las decisiones reconocen que todos ellos tienen un cometido que desempeñar en la creación de una conciencia crítica más aguda de los auditores, los espectadores y los lectores. Reforzar la integración de los sistemas de educación y de comunicación constituye, sin duda alguna, una medida importante para hacer más eficaz la educación.

Por ello, formulamos a las autoridades competentes un llamamiento con miras a:

1. Organizar y apoyar programas integrados de educación relativa a los medios de comunicación desde el nivel preescolar hasta el universitario y la educación de adultos, con vistas a desarrollar los conocimientos, técnicas y actitudes que permitan favorecer la creación de una conciencia crítica y, por consiguiente, de una mayor competencia entre los usuarios de los medios de comunicación electrónicos e impresos. Lo ideal sería que esos programas abarcaran desde el análisis del contenido de los medios de comunicación hasta la utilización de los instrumentos de expresión creadora, sin dejar de lado la utilización de los canales de comunicación disponibles basada en una participación activa.

2. Desarrollar cursos de formación para los educadores y diferentes tipos de animadores y mediadores encaminados tanto a mejorar su conocimiento y comprensión de los medios de comunicación como a familiarizarlos con métodos de enseñanza apropiados que tengan en cuenta el conocimiento de los medios de comunicación a menudo considerable, pero aún fragmentario, que posee ya la mayoría de los estudiantes.

3. Estimular las actividades de investigación y desarrollo concernientes a la educación relativa a los medios de comunicación en disciplinas como la Psicología y las Ciencias de la Comunicación.

4. Apoyar y reforzar las medidas adoptadas o previstas por la UNESCO con miras a fomentar la cooperación internacional en la esfera de la educación relativa a los medios de comunicación.

Grunwald, 22 de enero de 1982

Declaración promulgada por representantes de diecinueve naciones en el Simposio Internacional de la UNESCO sobre la Enseñanza de los Medios celebrado en la República Federal de Alemania en 1982.

de la Unesco

Editorial

Hacia el aula mediada. La educación sin muros

Cuando el siglo XXI empieza a entrar de lleno en nuestras vidas, en nuestras aulas parece comenzar a moverse una nueva revolución. Junto a las ya anquilosadas prácticas magistrales de la lección en tarima y su repetición en examen, muchos docentes, al hilo de la reforma educativa, experimentan nuevas perspectivas, a través de una didáctica más flexible, plural, integradora, y en consonancia con estos nuevos tiempos de la revolución audiovisual y de las nuevas tecnologías de la comunicación y la educación.

Por ello, cuando hablamos ya insistentemente de las «autopistas de la comunicación», la «educación sin muros» deja de ser una utopía futurista, para hacerse una ineludible -al tiempo que inexcusable- realidad, a la que todos los docentes estamos llamados.

En una escuela que asuma los nuevos y apasionantes retos sociales, el «aula mediada» tiene irremediamente que hacerse presente, porque educar para la formación de ciudadanos, que sepan desenvolverse de forma crítica y creativa en esta convulsa sociedad tecnológica, necesita necesariamente de los medios de comunicación y de la educación audiovisual para comprender sus mensajes, entender sus códigos, aprender sus informaciones, disfrutar de su entretenimiento y descubrir sus posibilidades creativas como «nuevos lenguajes» que las nuevas tecnologías avanzadas ponen en nuestras manos. Sin embargo, desde una óptica escolar, nunca está de más recordar que estos nuevos y atrayentes medios, no son más que «medios» -y valga esta redundancia- al servicio de los fines educativos. No se pueden ni sacralizar los medios ni caer, en lo que denomina Len Masterman la «trampa del técnico». Sólo desde miras miopes, puede entenderse que la defensa de la educación audiovisual en

los centros educativos se reduce a un uso indiscriminado de medios en la enseñanza, para dar a los alumnos y alumnas «más de lo mismo» que reciben en casa a todas horas. La educación audiovisual como eje transversal del currículum que es -o mejor como una transversal de transversales, en expresión del



equipo valenciano «Contrapunt», recogida en una ficha didáctica de este mismo número de «COMUNICAR»- tiene lógicamente otras fundamentaciones de uso en las aulas. El investigador en medios antes citado indica acertadamente que la educación audiovisual como tal es un asunto prioritario en las aulas de nuestra sociedad por una serie de razones incuestionables: el elevado índice de consumo de medios y la saturación de éstos en la civilización contemporánea nos obliga a enseñar a nuestros alumnos a leer e interpretar los, porque además los medios tienen una notable influencia como «empresas de

concienciación» e ideologización social. Pero, observamos progresivamente que los medios, a medida que crecen y alcanzan nuevas cotas de audiencia y poder, aumentan sus grados de manipulación y de fabricación de información, muy ajena ya a la propia realidad. La verdadera finalidad

de la educación audiovisual tiene por tanto que cumplir una función crítica ante sus mensajes, al tiempo que explora las posibilidades creativas que estas nuevas tecnologías ponen en nuestras manos. Como indica R. Shepherd, el objetivo de la educación audiovisual «no consiste en hacer que los alumnos se sientan culpables de lo que les gusta, sino que comprendan de manera activa y consciente, en lugar de pasiva e inconscientemente, el lugar en que se

encuentran y captan el sentido de los medios de comunicación». En esta línea de trabajo queremos enfocarlo en este «COMUNICAR».

«Comunicar» se escribe con «r»

A veces el azar y el destino se cruzan de forma insospechada en nuestras vidas. Eso le ha ocurrido a esta balbuciente revista de medios de comunicación y educación que después de animadas charlas entre sus creadores decidió en llamar-se «Comunica» por la elegancia y el impacto de su significado y por ser fiel

reflejo de sus objetivos. Los duendes de los derechos registrales se cruzaron por el camino y nos invitaron, dentro del mismo trasfondo y sentido de su nacimiento, a incorporar-le la «r» de la concordia. Demos por ello la bienvenida a esta letra salvífica que la propiedad industrial nos reserva en exclusiva para nosotros.

COMUNICAR

Temas

Comunicación audiovisual en el currículum

Imágenes y sonidos en el aula



Presentación

Tratamiento educativo de la imagen y el sonido

La multiplicidad y especificidad de los códigos que invaden el hogar, el centro educativo, y el ámbito social, genera irremediamente una ingente cantidad de respuestas comunicativas de diversa y distinta índole, configurándose una trama o nube interactiva entre emisores-receptores.

Las distintas «galaxias» que han ido sucediéndose en el devenir histórico de la sociedad humana, crean estructuras de comunicación sucesivas. La «Galaxia Gutenberg» supuso el avance en la letra impresa, revolucionando la tradición oral en la transmisión de la cultura. El mundo de las ondas y su traducción en sonidos llegó de la mano de la «Galaxia Marconi». Una nueva «Galaxia» y su consiguiente revolución está teniendo lugar desde que la imagen, acompañada del sonido, ha irrumpido bestialmente en el ámbito familiar.

Los centros educativos tratan con personas que han ido evolucionando en contacto con la cultura socialmente constituida. Los procesos de resocialización que la escuela ha tenido que desarrollar para adaptar a los individuos a su entorno social se han visto modificados en su génesis, fundamentación, estructura, y procedimientos, en función de los avances tecnológicos, psicopedagógicos y de valores culturales que las distintas sociedades han ido asumiendo. Escuelas e institutos han evolucionado en los métodos de transmisión cultural en función de esos avances y cambios. Si en un principio la oralidad y más tarde lo textual e impreso sustentaron la transmisión de la selección cultural socialmente asumida, en esta segunda mitad del siglo actual, la imagen y el sonido «enlatados» o «sintéticos» han desbancado los supuestos anteriores y a los centros educativos que se basaron en ellos.

La educación centrada en los textos impresos

y en la tradición oral ha quedado obsoleta frente al auge de la televisión, las «antiguas» nuevas tecnologías (vídeo, informática), las «modernas» tecnologías avanzadas (hipertexto, CDROM, multimedia...), y a cualquier forma de entender el entorno comunicativo y de tratamiento de la información.

Pero no por ello debemos desalentarnos presagiando males irreparables para el medio escolar («apocalípticos»), ni asumiendo ingenua y acríticamente las magníficas posibilidades que se nos ofrecen («integrados»). La ley del péndulo es un fuerte sustento para entender que en algún momento del vaivén se encuentra un punto de inflexión y equilibrio donde las actuales tecnologías educativas convivan con las tradicionales en la búsqueda de un fin común.

Mientras tanto, hemos de apostar y tomar partido y/o «posicionamiento» por la defensa de la introducción y uso de los medios de comunicación en el ámbito educativo.

Esta tercera entrega de «COMUNICAR» pretende ofrecer un acercamiento a los medios de comunicación que a través de la imagen y/o el sonido son utilizados o se producen para aportar su contribución en el siempre difícil proceso de enseñanza-aprendizaje.

Se inicia este bloque de «Temas» con la valoración y marco que fundamenta las nuevas tecnologías, la comunicación y la educación como tres vértices condenados a entenderse y complementarse. La propuesta de Julio Cabero es muy interesante para marcar la apertura del bloque, en cuanto que sintetiza y aglutina las últimas corrientes en la búsqueda de las con-



ceptualizaciones y especificidades de la sociedad tecnológica en la que vivimos, cuyo principal factor característico es la producción de medios de comunicación que son consumidos por la inmensa mayoría de las personas que componen la sociedad occidental.

Le siguen a este artículo de introducción y fundamentación otros que aportan la visión educativa tanto de la producción de medios como el consumo y uso de los mismos.

La radio y la televisión escolar, son excelentes medios para conseguir la expresión creativa, lúdica y crítica de la realidad social y de la actualidad de los acontecimientos que rodean la educación o el entorno social.

El medio vídeo es una nueva tecnología de uso generalizado en el aula pero que necesita continuamente de la capacitación de un profesorado que ha tenido acceso al medio pero no ha sido formado en el mismo. El vídeo interactivo supone un importante avance a tener en cuenta en futuras experiencias educativas.

El cine se incorpora en estas páginas a través de una experiencia innovadora. La publicidad siempre está presente en cualquier medio, y por supuesto no podía ser menos en el bloque dedicado al tratamiento educativo de la imagen y el sonido en el aula.

En definitiva, en el marco de las propuestas existentes sobre el tratamiento educativo de los medios de comunicación, la imagen y el sonido van poco a poco convirtiéndose en protagonistas de la cultura escolar, y esto es así porque ya lo son, sin lugar a dudas, de la realidad social.

Nuevas tecnologías, comunicación y educación

Julio Cabero Almenara

Tres son los grandes ejes en torno a los que gira este artículo: la conceptualización de las nuevas tecnologías, el análisis comunicativo de éstas y algunas consideraciones en el medio educativo. El autor presenta a debate una sugerente propuesta, basada en la reflexión teórica que incide significativamente en la educación: «...los alumnos llegarán a conocer las posibilidades de estas tecnologías fuera del contexto escolar, existiendo de nuevo una rivalidad entre los conocimientos adquiridos fuera de la escuela, con medios más llamativos, y los adquiridos en las clases, con instrumentos tradicionales y que posiblemente sean menos atractivos, y más aburridos».

I. Introducción

La implantación en la sociedad de las denominadas «nuevas tecnologías» de la comunicación e información, está produciendo cambios insospechados respecto a los originados en su momento por otras tecnologías, como fueron la de la imprenta, y de la electrónica. Sus efectos y alcance, no sólo se sitúan en el terreno de la información y comunicación, sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política. Y ello es debido a que no sólo se centran en la captación de la información, sino también, y es lo verdaderamente significativo, en las posibilidades que tienen para manipularla, almacenarla y distribuirla.

Como señalan Castell y otros (1986, 13): «Un nuevo espectro recorre el mundo: las nuevas tecnologías. A su conjuro ambivalente se concitan los temores y se alumbran las esperanzas de nuestras sociedades en crisis. Se debate su contenido específico y se desconocen en buena medida sus efectos precisos, pero apenas nadie pone en duda su importancia histórica

y el cambio cualitativo que introducen en nuestro modo de producir, de gestionar, de consumir y de morir».

Sin lugar a dudas, estas denominadas nuevas tecnologías (NT) crean nuevos entornos, tanto humanos como artificiales, de comunicación no conocidos hasta la actualidad, y establecen nuevas formas de interacción de los usuarios con las máquinas donde uno y otras desempeñan roles diferentes, a los clásicos de receptor y transmisor de información; y el conocimiento contextualizado se construye en la interacción que sujeto y máquina establezcan.

Dos preguntas creemos que se hacen necesarias para comenzar nuestro análisis: ¿qué podemos entender por NT? y ¿cuáles pueden ser sus características distintivas?

Respecto a la primera, es necesario tener en cuenta desde el principio lo desafortunada e inapropiada que es la denominación NT. En primer lugar, porque su misma novedad no se mantenga con el tiempo, y ello no nos permita establecer taxonomías fijas donde se introduz-

can los elementos y se distribuyan en las categorías previamente establecidas. Y en segundo lugar, porque con él tendemos a centrarnos demasiado en el vídeo y la informática; que si bien es cierto, que en su momento fueron NT, en la actualidad son tecnologías tradicionales y usuales en nuestro contexto cultural. Dejando de esta manera fuera, lo que verdaderamente serían hoy las NT: multimedia, televisión por cable y satélite, CD-ROM, hipertextos...

Esta situación se debe en cierta medida a la dificultad inicial de distinguir formalmente, que no conceptualmente, entre «tecnologías» y «nuevas» tecnologías de la información. De ahí, que diversos autores empiecen a utilizar otros términos como el de «tecnologías avanzadas», por el cual nosotros nos inclinamos. Aunque en este artículo, por motivo de comodidad, utilizaremos el término NT, englobando en él tanto las denominadas «nuevas» como las «avanzadas». Ello además de por comodidad, porque algunas de nuestras referencias irán dirigidas a la tecnología vídeo e informática, que nos guste o no, son las NT que se están introduciendo en este momento en la escuela; y también porque no podemos olvidar que son las tecnologías base de los desarrollos actuales comunicativos.

Asumiendo esta posible limitación, las definiciones de NT que se han ofrecido son diversas. Así en Gilbert y otros (1992, 1), se hace referencia al «conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información». Por su parte Bartolomé (1989, 11), desde una perspectiva abierta, señala que su expresión se refiere a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones. En esta misma línea en el diccionario de Santillana de *Tecnolo-*

gía Educativa (1991), se las define como los «últimos desarrollos de la tecnología de la información que en nuestros días se caracterizan por su constante innovación». Castells y otros (1986) indican que «comprenden una serie de aplicaciones de descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información». Y como última, citar la formulada en la publicación de la revista *Cultura y Nuevas Tecnologías* de la Exposición «Procesos», organizada en Madrid por el Ministerio de Cultura: «... nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales» (Ministerio de Cultura, 1986, 12).

Estas definiciones, nos aportan algunos hechos significativos que nos van a dar algunas pistas del terreno donde nos vamos a mover. En primer lugar, lo ambiguo y general del término; que giran en torno a la información y los nuevos descubrimientos que sobre la misma se vayan originando; y que pretenden tener un sentido aplicativo y práctico.

En relación a sus características más distintivas las propuestas de diversos autores (Castells y otros, 1986; Gilbert y otros, 1992; Cebrián Herreros, 1992), nos llevan a sintetizarlas en las siguientes: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia más sobre los procesos que sobre los productos, automatización, interconexión y diversidad.

Antes de adentrarnos en su comentario, tenemos que ser conscientes de que éstas deben percibirse desde una perspectiva general. O dicho en otros términos no queremos decir, que todas las características, sean asumi-

La implantación en la sociedad de las denominadas «nuevas tecnologías de la comunicación y la información», está produciendo cambios insospechados respecto a los originados en su momento por otras tecnologías, como fueron las de la imprenta y electrónica.

das por cada NT concreta.

La **inmaterialidad** es una de las características básicas de las NT, y debe de ser entendida desde una doble perspectiva: su materia prima es la información, y por la posibilidad que algunas tienen de construir mensajes sin referentes externos.

En líneas generales las NT lo que hacen es generar y procesar información, como es el caso de la utilización de la informática; facilitar el acceso a grandes masas de información y en períodos cortos de tiempo, como son los discos de CD-ROM y el acceso *on-line* a bases de datos bibliográficas; presentar al usuario la misma información con códigos lingüísticos diferentes, que le permitan centrarse en los que tiene una mayor predisposición o elegir los que se adecuan más a los contenidos emitidos, como son los hiperdocumentos; y la transmisión de la información a destinos lejanos, con costes cada vez menores y en tiempo real, como las videoconferencias.

Esta inmaterialidad también se refiere a la posibilidad que algunas tienen para crear mensajes, sin la necesidad de que exista un referente externo. Así por ejemplo, la infografía, que es el diseño de imágenes a través del ordenador, permite crearlas sin la necesidad de que exista un referente analógico real, facilitando de esta forma un desarrollo mayor de la creatividad del autor, que no tiene que verse limitada al mundo físico y puede permitirse una mayor libertad para la elaboración, diseño y creación de mensajes. Lo mismo ocurre con la fonomática, aunque en este caso se refiere a los signos icónicos sonoros.

Una ventaja directa de esta creación en nuestro campo educativo, es la posibilidad que ofrecen para la simulación de fenómenos, sobre

los cuales los alumnos puedan trabajar sin riesgo de ningún tipo, observar los elementos significativos de una actividad, proceso o fenómeno, o descomponer un producto en sus partes o en el proceso seguido para su elaboración.

Posiblemente con la característica anterior, la otra más significativa sea la interactividad. Es además la que le permite adquirir un sentido pleno en el terreno educativo y didáctico. Creo que no nos equivocamos, si señalamos que pocos de los elaborados hasta la fecha y que se hayan introducido en el contexto educativo, permiten una interacción sujeto-máquina y la adaptación de ésta a las características psicológicas, evolutivas y educativas del usuario, como lo toleran algunas de las NT.

La mayoría de los medios de comunicación, convierten al usuario casi exclusivamente en un receptor de mensajes elaborados por otros, no posibilitando la interferencia con el mensaje diseñado, y teniendo que ser observado y analizado en la

secuencia prevista por su autor. Por el contrario, las NT permiten que el usuario, no sólo pueda elaborar mensajes, cuestión por otra parte también realizable con otras tecnologías más tradicionales, sino también, y es lo importante, decidir la secuencia de información a seguir, establecer el ritmo, cantidad y profundización de la información que se desea, y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información. Todo ello dentro de unos márgenes, que pueden ir desde la libertad absoluta, hasta el movimiento en unos límites prefijados por el profesor o por el diseñador del programa.

Una de las demandas de nuestra cultura occidental, sin entrar en su valoración positiva

El vídeo y la informática en su momento fueron NT, en la actualidad son tecnologías tradicionales y usuales en nuestro contexto cultural. Dejándolas de esta manera fuera, lo que verdaderamente serían hoy las NT: multimedias, televisión por cable y satélite, CD-ROM, hipertextos...

o negativa, es recibir la información en las mejores condiciones técnicas posibles y en el menor tiempo permitido, y si éste se acerca al tiempo real, mejor. Estas demandas pueden alcanzarse con las NT, ya que permiten la *instantaneidad* de la información, rompiendo las barreras temporales y espaciales de naciones y culturas, como lo hace la comunicación por satélite. Por esta instantaneidad, el usuario puede acceder a bases y bancos de datos situados dentro y fuera de su país. Aspecto que incluso lleva a situaciones paradójicas, ya que muchas veces tenemos antes información de los conocimientos que se están generando en EEUU, que en el nuestro.

Señalar que las NT están asociadas a la *innovación*, no es nada nuevo. Por principio cualquier NT persigue como objetivo la mejora, el cambio y la superación cualitativa y cuantitativa de su predecesora, y por ende de las funciones que éstas realizaban. Sin embargo esto no debe de entenderse como que las NT vienen a superar a sus predecesoras, más bien las completan, y en algunos casos las potencian y revitalizan.

Esta innovación trae también consigo problemas adicionales, como el de la poca capacidad que la sociedad en general, y la escuela en particular, tienen para absorber las tecnologías que se vayan generando. Es más, muchas veces habrá que inventar y buscar salidas y sentidos culturales, económicos y de ocio, a descubrimientos técnicos en laboratorios (Brand, 1989).

Otra de las características de las NT, son los parámetros que poseen en *calidad técnica de imágenes y sonidos*. Por principio,

no se trata sólo de manejar información de manera más rápida y transportarla a lugares alejados, sino también que la calidad y fiabilidad de la información sea bastante elevada.

Ahora bien, esta posibilidad de disponer de parámetros elevados de calidad técnica, no debe de entenderse como que las NT suponen una ruptura con las anteriores, como llama la atención Cebrián Herreros (1992, 220): «se trata de un proceso evolutivo con pasos cuantitativos y cualitativos. Los medios de comunicación de masas... Lejos de ser abolidos por las innovaciones técnicas se

rejuvenecen y se actualizan por las aportaciones técnicas». Claro ejemplo de lo que estamos comentando son el cine con el formato *omnimax*, que más que eliminar al cine, lo eleva a otros niveles de comunicación y espectacularidad.

Estas potencialidades y otras que hemos comentado, son posibles gracias a la *digitalización* de la información, ya se refiera ésta a imagen fija, en movimiento, a sonidos, o datos. La digitalización consiste en transformar información codificada analógicamente, en códigos numéricos, que permiten más fácilmente su manipulación y distribución. Esto favorece la transmisión de todo tipo de información por los mismos canales, como es el caso de las redes digitales de servicios integrados (RDSI), que facilitan la distribución de todos los servicios necesarios (videoconferencias, programas de radio, transmisión de datos...) por una misma red, con la ampliación de ofertas al usuario, y la disminución de costos.

El que las NT afecten más *a los procesos que a los productos*, se refiere a su sentido y no sólo se encuentra en los resultados informativos que podemos alcan-

Una de las características más significativas es la interactividad. Es además la que le permite adquirir un sentido pleno en el terreno educativo y didáctico.

El cine con el formato «omnimax», más que eliminar al cine, lo eleva a otros niveles de comunicación y espectacularidad.

zar, sino fundamentalmente en los procesos que podemos seguir para llegar a ellos. Procesos que no sólo determinarán calidades diferentes en los productos, sino que determinarán productos diferenciados, teniendo como consecuencia el desarrollo de habilidades específicas en los sujetos. Creo, aunque la investigación no ha aportado datos concluyentes, que cuando un sujeto «navega» con un hipertexto no sólo está construyendo el conocimiento y lo está adaptando a sus necesidades particulares, sino que también éste está desarrollando el pensamiento asociativo.

Aunque las NT se presentan como independientes, tienen altas posibilidades de *interconexión* y formar una nueva red de comunicación de manera que impliquen un refuerzo mutuo de las tecnologías unidas, que lleven a un impacto mayor que las tecnologías individuales. Ejemplos de estas interconexiones, son la combinación de televisión por satélite y cable, o de los medios informáticos y del videodisco para formar el vídeo interactivo.

La última de las características que hemos apuntado es la *diversidad*. Ésta debemos entenderla desde una doble posición: en primer lugar, que frente a encontrarnos con tecnologías unitarias, nos hallamos con tecnologías que giran en torno a algunas de las características citadas; y en segundo lugar, por la diversidad de funciones que pueden desempeñar, desde las que transmiten información exclusivamente como los videodiscos, hasta las que permiten la interacción entre usuarios, como la videoconferencia.

Cabe ahora hacernos una pregunta: ¿qué medios e instrumentos técnicos forman parte de este entramado que hemos venido a definir y conceptualizar como NT?

Sin ánimo de ser exhaustivo, sino simplemente de ofrecer al lector un punto de refe-

rencia, podemos citar las siguientes: vídeo interactivo, videotexto y teletexto, televisión por satélite y cable, hiperdocumentos, CD-ROM en diferentes formatos, sistemas multimedia, tele y videoconferencia, los sistemas de expertos, correo electrónico, telemática, realidad virtual...

En las NT solemos movernos en dos grandes líneas de fuerza: su rechazo absoluto y su aceptación a ciegas. Los «apocalípticos» e «integrados» que llamaba Eco.

II. Nuevas tecnologías y comunicación

El análisis de las NT tiende a centrarse en dos aspectos básicos: en sus posibilidades, capacidades y potencialidades para la transmisión de información, y en sus efectos socioculturales y políticos. Tendiendo por lo general a olvidar, su análisis comunicativo e informativo, que al fin y al cabo es el que lo justifica.

El papel que las NT están comenzando a jugar en la modificación de los entornos clásicos y tradicionales de comunicación es bastante significativo, y desde una perspectiva general lo situaríamos en tres grandes direcciones:

- Modificación en la elaboración y distribución de los medios de comunicación.
- Crear nuevas posibilidades de expresión.
- Desarrollar nuevas extensiones de la información, acercándonos al concepto formulado por McLuhan de la «aldea global».

En las NT solemos movernos en dos grandes líneas de fuerza: su rechazo absoluto y su aceptación a ciegas. De manera que los «apocalípticos» e «integrados» que llamaba Eco, se encuentran fielmente reflejados en las mismas, más todavía cuando no tienen la cotidianidad que han alcanzado otras en nuestra cultura.

Desde esta perspectiva tecnológica, el papel que las NT están comenzando a jugar en la modificación de entornos clásicos y tradicionales de comunicación es bastante significativo, de manera que no sólo se crean nuevas

posibilidades de expresión y se modifican las fases de elaboración de medios de comunicación, sino que también se desarrollan nuevas extensiones de la misma, acercándose al concepto formulado por McLuhan de la «aldea global», adquiriendo en esta aldea marcos multiculturales y transculturales.

Adentrándonos en el primero de los aspectos citados, la utilización de las NT influye en la modificación de las fases usuales que se siguen para la creación de cualquier medio comunicativo. Así Cebrián Herreros (1992) llama la atención sobre su influencia en la modificación de las fases de: producción-postproducción, almacenamiento y tratamiento, y recepción y acceso.

En relación a la producción y postproducción, tenemos que señalar que los medios que podríamos considerar como tradicionales, se han apoyado y centrado en la captación directa de la información como elemento básico significativo. Se asume que la calidad informativa del mensaje viene claramente determinada, por la calidad con que la información había sido captada de la realidad. Es más, muchas veces se presumía que cuanto mayor fuera el grado de iconicidad entre la imagen, auditiva o visual, y la realidad, más características potenciales para el aprendizaje tendría el signo elaborado, y estéticamente se acercaría a los cánones de perfección.

Con las NT el énfasis, se desplaza de la captación a la manipulación futura que se pueda hacer en la postproducción. En ella se define el mensaje y se le asignan nuevas características no existentes en la realidad externa. Es más, como ya hemos apuntado en la segunda de las direcciones, esta postproducción permite la elaboración de semas comunicativos, sin la necesidad de que existan referentes externos, ya sean auditivos o visuales.

No podemos olvidar que este énfasis en la postproducción, ha dado lugar a nuevos instrumentos comunicativos como los hipertextos y los hipermedias. Los primeros los podemos contemplar como un sistema de organización y almacenamiento de información, a la cual se puede acceder de forma no secuencial como es el caso del libro y éstos se construyen colaborativamente entre el autor y el usuario. Y los segundos, que incluyen a los primeros, describen las estructuras de hipertextos que incorporan medios adicionales, como por ejemplo la CD-ROM. En ellos se combinan sistemas simbólicos diferentes para dar lugar a una nueva realidad, donde el sujeto claramente determina los niveles de ejecución e interacción sobre los mismos, y construye su propio espacio comunicativo.

El análisis de las NT tiende a centrarse en sus posibilidades, capacidades y potencialidades para la transmisión de información, y en sus efectos socio-culturales y políticos.

Estos hipermedias y multimédias pretenden resolver el problema del procesamiento lineal de la información por el receptor, como ocurre en el libro de texto. Por el contrario, la información se puede construir desde diferentes trayectorias y alternativas, y con diferentes tipos de códigos. Estas trayectorias pueden limitarse por el autor del programa, para evitar problemas de desorientación en el usuario. Ni que decir tiene, que esta NT propicia que dejemos de ser

receptores pasivos, y nos convirtamos en personas activas y conscientes de la información que necesitamos.

Las NT, gracias al desarrollo de las memorias ópticas y electrónicas, han venido a transformar las ideas que usualmente se manejaban para el ordenamiento y tratamiento de la información. El volumen de información a la que el usuario puede tener acceso, es bastante mayor al de hace relativamente poco tiempo, de manera que hoy en día podemos hablar de la biblioteca digital, como instrumento básico, en determinadas áreas del conocimiento.

Otro cambio significativo se ha generado en la difusión y transporte, y no sólo desde la posibilidad de trasladar información de un punto a otro, aunque éste último esté alejado, sino también porque esta transferencia se acerca al tiempo real. Las redes de intercambio de información, se van haciendo cada vez más usuales, y no sólo porque un médico de Tierra de Fuego, puede consultar en la Universidad de Arizona los últimos fármacos para el tratamiento de una enfermedad, sino también por el intercambio de información entre usuarios sobre temas diversos, como ocurre con «Well».

Es el momento de preguntarnos si nos encontramos preparados para decodificar los mensajes que se presenten por estas NT, e interactuar con las mismas. La respuesta es más bien simple y rápida, y la podemos generar desde el conocimiento que tenemos con otros medios: ¡No!

Resulta llamativo que estamos empezando a planear las necesidades que pueden generar otros medios, y aún todavía nuestra escuela no ha asumido consciente y críticamente, la necesidad de alfabetizar a los alumnos para decodificar los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masas.

Frente a esta falta de alfabetización, creo que todos estaremos de acuerdo en su necesidad, la cual sin pretender ser exhaustivos, podemos sintetizarla con los siguientes argumentos:

- El papel que los medios juegan como elementos socializadores.
- El número de veces que estamos sometidos a sus mensajes y efectos.
- La construcción de la realidad se realiza hoy mediáticamente.
- El que posiblemente sea una de las for-

mas de evitar las manipulaciones que con ellos se originan.

Ahora bien, si es cierto que tenemos algunas referencias respecto a cómo emprender la alfabetización icónica, o la lectura de imagen, o el nombre que queramos darle, también lo es que no nos encontramos en el mismo caso respecto a esta formación en las NT. Y posiblemente, por no decir seguro, el conocimiento que generemos lo tengamos que hacer desde el conocimiento que tengamos de las alfabetizaciones anteriormente citadas.

Adentrándonos en esta temática, lo primero a señalar es que esta formación no depende exclusivamente del profesor, sino que el papel que juegan la familia, entorno cultural escolar y entorno cultural general, es determinante para educar al alumno «con» y «en» los medios, y para la creación de las actitudes que tengan hacia ellos.

Estamos de acuerdo con Fontcuberta (1992, 18) cuando plantea, que no está más informado el individuo que lee cinco periódicos, observa varias cadenas de televisión y oye diferentes emisoras de radio, sino aquél que es capaz de determinar: a) los elementos básicos para interpretar la misma; b) darse cuenta de las omisiones claves para la misma; c) descubrir las tácticas y estrategias de persuasión empleadas en la emisión de los mensajes informáticos, lo cual implica conocer los mecanismos de producción de la información; y d) ser capaz, en con-

secuencia de aceptar o rechazar el mensaje, global o parcialmente, pero siempre de la manera crítica.»

Como han sugerido Orozco y Charles (1992), la familia juega un rol mediador bastante importante frente a los medios de comunica-

El papel que las NT está comenzando a jugar en la modificación de entornos clásicos y tradicionales de comunicación, es bastante significativo, acercándose al concepto formulado por Mc Luhan de la «aldea global», adquiriendo en esta aldea marcos multiculturales y transculturales.

ción, de manera que diferentes tipos de familias: las que no se preocupan por lo que observa el niño, las que cuya preocupación central es la cantidad de exposición, las que comentan con el niño la información que recibe, y las que controlan bastante la información que recibe el niño; determinan la formación futura que puedan tener de los medios de comunicación. De manera que aquéllas donde existe una relación de los padres con los niños en el intercambio de la información, éstos suelen ver menos televisión, son más selectivos en la información que recibe, e interactúan con más diversidad de medios.

Por otra parte, no podemos olvidar el papel que juegan indirectamente los padres en esta educación, al procurar que sus hijos se centren en otras actividades que no sea la observación de programas de televisión, y ampliando la oferta de recibir información y comunicación por diversos medios.

La importancia que la escuela tiene en la formación de los alumnos en los medios de comunicación, viene no sólo porque generen actividades específicas formativas, sino también por el modelo social, cultural y curricular en el que se desarrolle la escuela. Así, la forma en que la escuela socializa a los estudiantes y los métodos y estrategias docentes que utiliza en su formación, parecen también determinar el tipo de interacción que posteriormente establecerán con los medios. Una escuela donde el método de enseñanza es autoritario y se socializa al alumno para obedecer las normas, tiende a formar alumnos que consumen de manera no crítica la información que les llega a través de los medios de comunicación.

También influye la diversidad de medios que la escuela pone para formar al alumno y a

disposición del mismo, y las diferentes propuestas formativas y de utilización didáctica que se le asignen a los medios. Una escuela

donde el alumno pueda contar para la interacción con la información con diversos medios, y en la cual se le asignen a éstos diferentes funciones a la de la mera estructuración de los contenidos del currículum, formará sin lugar a dudas alumnos más críticos con los mensajes transmitidos, y más dispuestos a interactuar y adquirir información por diversos medios, eliminándose actitudes negativas que impidan la interacción con determinados instrumentos culturales y del conocimiento.

Muchas veces uno de los problemas de la educación no radica en lo que se le comunica y transfiere al alum-

no, sino precisamente en lo que deja de comunicársele, y que puede impedir el desarrollo de futuras habilidades y estrategias; como por ejemplo, la interacción con determinados medios que tendrán una elevada importancia en nuestra sociedad futura.

Como se desprende de diversos estudios, las actitudes que tenemos hacia los medios (Castaño, 1992; Cabero y otros 1993), condiciona la interacción que se establezca con los mismos, y viene claramente preconfigurada por las experiencias escolares y familiares que el alumno tenga con los mismos.

Ahora bien, no podemos olvidar que el papel fundamental en esta formación en medios de comunicación, lo tiene el profesor. Éste influye tanto con las actitudes que tenga hacia los medios, como con los usos y propuestas que haga con ellos en el aula. Como es bien sabido, el simple hecho de propiciar en clase una discusión sobre lo observado en televisión, escuchado en la radio, visto en una pan-

Las características más distintivas de las NT son las siguientes: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia más sobre los procesos, automatización, interconexión y diversidad.

talla de ordenador o leído en el periódico, ayuda a formar receptores más críticos. Receptores que perciban que nuestra cultura actual dispone de diferentes instrumentos para transmitir la información, que más que percibirse como contradictorios u opuestos, deben entenderse como instrumentos de conocimiento, pensamiento y cultura. Como señalan Aguilar y Díaz (1992, 24):

«... no se necesita un agente externo para inducir en los niños el desarrollo de habilidades críticas. Tanto los maestros como los padres han demostrado su efectividad, y se ha observado que en el ambiente del aula se favorece particularmente este tipo de intervenciones.»

Sin lugar a dudas, estos últimos comentarios nos abren un nuevo problema, que aquí solamente apuntaremos, el de la formación y el perfeccionamiento del profesorado en esta temática; aspectos como el dónde, cuándo, cómo y para qué, son determinantes para la viabilidad del sistema.

No podemos tampoco olvidar, que la educación en cualquier medio de comunicación e información, y las NT lo son, pasa necesariamente por la posibilidad de que el sujeto se convierta en emisor de mensajes. Al respecto, ya en otro trabajo (Cabero, 1991) señalamos que en el terreno educativo pueden realizarse tres tipos de producciones: profesor y/o los alumnos, profesionales de los medios, e instituciones educativas. Las primeras, que son las que aquí nos interesan tienen una serie de ventajas de la que podemos resaltar la posibilidad que el alumno tiene de introducirse en el conocimiento técnico y sémico del medio que se utilice para la elaboración de los mensajes.

Para finalizar este apartado creo que debemos llamar la atención, respecto a la necesidad de formar a los alumnos en el medio informático, y ello básicamente por tres moti-

vos: la significación que como medio tiene en la actualidad, que es la base de lo que al comienzo del artículo denominamos tecnologías avanzadas, y que parece ser que altas actitudes hacia la informática correlacionan positivamente con altas actitudes hacia las NT.

La importancia que la informática está adquiriendo en nuestra sociedad contemporánea es tal, que pocos son los

países que no hayan puesto en los últimos años en acción algún plan para su introducción en la escuela, y la formación y el perfeccionamiento de los alumnos, como nuestro Plan «Alhambra» de Andalucía.

Ahora bien, una serie de matizaciones y reflexiones creo que son necesarias hacer respecto a su introducción y a la alfabetización. En primer lugar, que el concepto que usualmente tiende a manejarse de alfabetización informática es que el alumno domine algún lenguaje de programación, lo cual creo que es un error, ya que la alfabe-

tización informática debe de perseguir objetivos más amplios, y me atrevería a decir que útiles: formación en una cultura general de las diversas actividades que pueden realizarse por medio del ordenador, formación en usos específicos de la informática, formación en su utilización como herramienta para la resolución de problemas, procesamiento y análisis de datos, hoja electrónica, formación en la cultura de la informática, limitaciones de los ordenadores, capacidad para manejar distintos programas...

III. Enseñanza y nuevas tecnologías: unas consideraciones

Queremos dejar de entrada claro, que no es nuestra pretensión analizar en profundidad las posibilidades que las NT pueden jugar en la enseñanza y la educación. Ello sería objeto por sí solo de otro artículo. Nuestro objetivo es más modesto, y persigue solamente realizar una

La familia juega un rol mediador bastante importante frente a los medios de comunicación, de manera que diferentes tipos de familias determinan la formación futura que pueda tenerse de los medios.

serie de matizaciones generales, que den pie a la reflexión.

Nuestra primera reflexión debe ir dirigida al desfase entre la escuela y las NT de las que hablamos. Parece contradictorio comenzar a hablar de NT como el vídeo interactivo, la teleconferencia, o los multimedia, cuando todavía se están realizando las primeras experiencias de introducción, que no de curricularización, de los medios vídeo e informática. Esto nos introduce en un nuevo problema, y es que como siempre los alumnos llegarán a conocer las posibilidades de estas tecnologías fuera del contexto escolar, existiendo de nuevo una rivalidad entre los conocimientos adquiridos fuera de la escuela, con medios más llamativos, y los adquiridos en las clases, con instrumentos tradicionales y que posiblemente sean menos atractivos y más aburridos.

Tenemos que ser conscientes que las NT requieren un nuevo tipo de alumno, más preocupado por el proceso que por el producto, preparado para la toma de decisiones y elección de su ruta de aprendizaje; en definitiva, preparado para el auto-aprendizaje, lo cual abre un desafío a nuestro Sistema educativo, preocupado por la adquisición y memorización de información y la reproducción de la misma en función de patrones previamente establecidos. En cierta medida, estos nuevos medios reclaman la existencia de una nueva configuración del proceso didáctico y metodológico tradicionalmente usado en nuestros centros, donde el saber no tenga por qué recaer en el profesor y la función del alumno no sea la de mero receptor de informaciones.

Ello plantea un cambio en los roles tradicionalmente desempeñados por las personas

que intervienen en el acto didáctico, que lleva al profesor a alcanzar dimensiones más importantes, como la del diseño de situaciones instruccionales para el alumno, y tutor del proceso didáctico.

Lo que estamos comentando nos lleva a plantear que las NT aportan un nuevo reto al Sistema educativo, y es el pasar de un modelo unidireccional de formación, donde por lo general los saberes recaen en el profesor o en su sustituto, el libro de texto, a modelos más abiertos y flexibles, donde la información situada en grandes bases de datos, tiende a ser compartida entre diversos alumnos. Por otra parte, se rompe la exigencia de que el profesor esté presente en el aula y tenga bajo su responsabilidad un único grupo de alumnos.

Esto último nos lleva a destacar que las NT, tienden a romper el aula como conjunto arquitectónico y cultural estable. El alumno

puede interactuar con otros compañeros y profesores que no tienen por qué estar situados en su mismo contexto arquitectónico.

No podemos olvidar que frente a los modelos tradicionales de comunicación que se dan en nuestra cultura escolar: profesor-alumno, alumno-profesor, alumno-alumno, medio-alumno; algunas de las NT generan una nueva posibilidad: alumno-medio-alumno. O dicho en otros términos, la interacción entre los estudiantes de diferentes contextos culturales y físicos se produce gracias a un medio que hace de elemento intermedio; como por

ejemplo, en el correo electrónico.

En este caso del correo electrónico, mientras otros países cuentan con experiencias en la escuela, donde los alumnos pueden intercambiar información y dejarse mensajes en sus

Resulta llamativo que estamos empezando a plantear las necesidades que pueden generar otros medios, y aún todavía nuestra escuela no ha asumido consciente y críticamente, la necesidad de alfabetizar a los alumnos para decodificar los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masas.

buzones para la realización de trabajos colectivos; en el nuestro las experiencias son mínimas, y como ejemplo destacado podemos citar la experiencia «Telémaco», en la cual intervinieron escuelas de diversas partes del territorio español y participaron alumnos del ciclo medio y superior.

El papel que las NT pueden jugar en el aprendizaje se ha justificado también, por el número de sentidos que pueden estimular y la potencialidad de los mismos en la retención de la información. Diversos estudios ya clásicos, han puesto de manifiesto, cómo se recuerda el 10% de lo que se ve, el 20% de lo que se oye, el 50% de lo que se ve y oye, y el 80% de lo que se ve, oye y hace. O dicho en otros términos, algunas de las NT son perfectas para propiciar la retención de la información, como los multimedia, que combinan diferentes sistemas simbólicos, y los interactivos, donde el alumno además de recibir la información por diferentes códigos tiene que realizar actividades.

Esta posibilidad que ofrecen de romper los contextos físicos tradicionales de aprendizaje, lleva a que las NT faciliten la adquisición de información a un número determinado de personas, que bien no pudieron continuar sus estudios en su momento, o por el contrario desean actualizarse o reciclarse. Ello nos lleva a señalar qué contextos educativos apropiados para las NT son la educación a distancia y la formación ocupacional.

Tenemos que ser conscientes que las NT exigen nuevos modelos de estructuras organizativas de los centros. Como apuntamos en su momento (Duarte y Cabero, 1993) el modelo de organización del centro, no sólo va a condicionar el tipo de información transmiti-

da, valores y filosofía del hecho educativo, sino también cómo los materiales se integran en el proceso de enseñanza-aprendizaje, las funciones que se le atribuyen, espacios que se le conceden, etc.

No debemos caer en el error, como anteriormente se cayó con otros medios en boga, de pensar que automáticamente las NT superan a las anteriores. Sin entrar, pues creo que es asumido por todos, en que los medios son exclusivamente unos elementos curriculares

más, y que las posibilidades que tengan no les vienen de sus potencialidades técnicas, sino de la interacción de una serie de dimensiones: alumnos, profesor, contexto... tenemos que tener claro, que las NT no vienen a sustituir a otras más tradicionales, sino que más bien las completan. Un ejemplo es el de aquellos medios, cuya base son el lenguaje abstracto como el verbal, que si los medios audiovisuales tendieron a reemplazarlos, las NT tienden a revitalizarlos.

Para finalizar, nos gustaría hacer una doble llamada de atención. Antes de introducirlos, debemos también reflexionar sobre sus limitaciones e inconvenientes, que sin lugar a dudas los tienen. Y por último, que si es bien cierto que tenemos algunos datos, respecto a la adaptación de los medios a la lección, a tareas de aprendizaje y a las diferencias psicológicas individuales; también lo es, que nos falta una síntesis integradora que nos ayude a curricularizar los medios.

Julio Cabero Almenara es director del Secretariado de Recursos Audiovisuales y NT de la Universidad de Sevilla.

Las nuevas tecnologías tienden a romper el aula como conjunto arquitectónico y cultural estable. El alumno puede interaccionar con otros compañeros y profesores que no tienen por qué estar situados en su mismo contexto arquitectónico.

Referencias bibliográficas

- AGUILAR y DIAZ (1992): «Proyecto de Educación para los medios. Diagnóstico psicopedagógico en la educación básica», en *Tecnología y comunicación educativa*, 20, 9-27.
- BLANCO, D. (1986): «Nuevas tecnologías y lenguajes en la comunicación», en *Medios audiovisuales y vídeo*, 153, 13-17.
- BRAND, S. (1989): *El laboratorio de medios. Inventando el futuro en el MIT*. Madrid, Fundesco.
- CABERO, J. (1991): «Producción o producciones audiovisuales en el terreno educativo?», en *El siglo que viene*, 11, 19-22.
- CABERO y OTROS (1993): «Esfuerzo mental y percepciones sobre la televisión/vídeo y el libro», en *Bordón*, 45, 2, 143-153.
- CABERO, J. (coord) (1993): *Investigaciones sobre la informática en el centro*. Barcelona, PPU.
- CASTAÑO, C. (1992): *Análisis y evaluación de las actitudes de los profesores hacia los medios de enseñanza*. Sevilla, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación; tesis doctoral inédita.
- CASTELLS y OTROS (1986): *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*. Madrid, Alianza.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992): «Nuevas tecnologías. Nuevos lenguajes», en *ICE DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA: Las nuevas tecnologías en la educación*. Santander, Universidad de Cantabria, 217-244.
- DUARTE y CABERO (1993): «Modelos de organización de centros y medios de enseñanza», en *CORONEL y OTROS (eds): Cultura escolar y desarrollo organizativo*. Sevilla, GID, 701-720.
- ESCUADERO, J.M. (1992): «La evaluación de los Proyectos Atenea y Mercurio», en *ICE DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA: Las nuevas tecnologías en la educación*. Santander, Universidad de Cantabria, 245-267.
- FONTCUBERTA, M. (1992): «Medios de comunicación y telemática», en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 14, 17-28.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, C. (1991): «Nuevas tecnologías y educación», en *Telos*, 28, 9-10.
- GISBERT y OTROS (1992): *Technology based training. Formador de formadores en la dimensión ocupacional*. Tarragona, documento policopiado.
- MINISTERIO DE CULTURA (1986): *Cultura y nuevas tecnologías*. Madrid, Ministerio de Cultura.
- OROZCO y CHARLES (1992): «Medios de comunicación, familia y escuela», en *Tecnología y comunicación educativa*, 20, 63-76.
- QUEVEDO, J. (1992): *La informática en España*, en *ICE DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA: Las nuevas tecnologías en la educación*. Santander, ICE de la Universidad de Cantabria, 153-190.
- SANTILLANA (1991): *Tecnología de la Educación*. Madrid, Santillana.
- VARIOS (1992b): *Enseñar y aprender con prensa, radio y televisión*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».
- VARIOS (1992a): *Medios audiovisuales para profesores*. Huelva, ICE de la Universidad de Sevilla en Huelva/Centros de Profesores de Huelva.

«La otra Escuela» en el CP «Cerro de San Juan» de Coria del Río (Sevilla)

Una experiencia de radio escolar

Antonio Pradas López

Cuando un centro educativo ofrece un nuevo modo de entender la enseñanza y posibilita la introducción de los medios, está apostando por el futuro. La experiencia que el autor narra es la implicación personal suya, del alumnado y del Centro, en la difícil tarea de utilizar la radio como medio didáctico. Génesis y proceso de un modelo educativo distinto para esa «otra escuela» en la que todos estamos comprometidos.

Después de diez años de inquietud y deseo de introducir nuevas técnicas en el aula que aportasen dinamismo, interés e ilusión en los chavales llega a mis manos la publicidad de un congreso internacional de «Prensa en las aulas» a celebrar en Zamora en septiembre de 1988. Es ahí donde me pongo en contacto con algunas experiencias relacionadas con los medios de comunicación e incluso con sus propios autores, lo que me permite salir del aislamiento en que me encontraba, empezando a ver algunas posibilidades de solución a las inquietudes mencionadas anteriormente.

De vuelta a mi clase, empiezo a ponerme en contacto con la gente conocida en el Congreso y a llevar a cabo algunos inicios de actividades, dándome cuenta de que el intercambio y relación de experiencias que realizamos en congresos y jornadas son la clave para todo tipo de actividades abiertas y creativas.

La relación con mis compañeros de experiencias similares se mantiene a través de cartas, conversaciones telefónicas e incluso personalmente en los encuentros.

Es en uno de éstos cuando descubro que yo también puedo aportar mis experiencias, que han tenido un amplio reconocimiento en la

prensa y en la radio a nivel de toda Andalucía.

Las primeras aportaciones consisten en unas fichas de trabajo muy sencillas, en relación con los medios, que adjunto y que consisten en:

A. Prueba de motivación

1. Escribe los títulos de los periódicos que conozcas.
2. Nombra las revistas que sepas.
3. Escribe cinco usos que tú haces de los periódicos y de las revistas y otros cinco que tú piensas que podrías hacer o que te imaginas o sabes que hacen otras personas.
4. Haz una lista de los periódicos y revistas que tú has leído alguna vez.
5. Escribe los dos periódicos y las dos revistas que más frecuentemente lees en casa.
6. Escribe las cinco cosas que más te gustan de los periódicos o revistas.
7. Nombra cinco cosas que normalmente no encuentras en los periódicos y que te gustaría ver en ellos.

B. Ficha de trabajo que sirve de soporte al programa de radio:

«El material recogido debe ser bien recortado, plegado, pegado, leído, resumido, esquematizado, complementado; si es preciso recurriendo a enciclopedias, diccionarios hemerotecas...»

Cuestionario:

- | | |
|---|--|
| 1. Datos personales | 18. Consecuencias que aporta el hecho |
| 2. Título del artículo | 19. Intencionalidad del autor |
| 3. Nombre del periódico | 20. Fuente |
| 4. Fecha del periódico | 21. Género periodístico |
| 5. Ciudad donde se edita | 22. Ilustración |
| 6. Autor del artículo | 23. Público a quién se dirige el artículo |
| 7. Página donde va el artículo | 24. Palabras desconocidas |
| 8. Nº de columnas | 25. Comparamos esta misma información transmitida en otros diarios |
| 9. Nº de centímetros | 26. Desarrollo |
| 10. Cms ² que ocupa | 27. Actividades que se proponen realizar |
| 11. Estudio del título | 28. Respuesta/s a la/s actividad/es propuesta/s |
| 12. Procedimiento utilizado para escribir el artículo | 29. Observaciones y conclusiones personales |
| 13. Localización del hecho | 30. Cinco preguntas sobre todo lo desarrollado anteriormente para el programa de radio |
| 14. Personas | |
| 15. Organismos | |
| 16. Resumen de los hechos relatados | |
| 17. Sentimiento dominante | |

C. Ficha de audición para trabajar en clase después de emitido el programa

Centro: _____ Curso: _____ Fecha: _____

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado?, ¿por qué?
2. ¿Crees que han empleado el lenguaje verbal con corrección?, ¿qué fallos has encontrado?
 - 2.1. ¿Hablan bien los locutores/as?, ¿qué fallos has encontrado?
 - 2.2. ¿Cómo era el ritmo en general?
3. ¿Han empleado el lenguaje musical adecuado?, ¿por qué?
 - 3.1. ¿Ha habido equilibrio entre música y palabras?
4. ¿Han estado bien empleados los efectos especiales?, ¿por qué?
5. ¿Han empleado correctamente los silencios?, ¿por qué?
6. ¿Estaba el guión bien elaborado?, ¿por qué?
7. ¿Crees que ha habido fallos técnicos? Señala alguno si lo hubiera habido.
8. ¿Crees que ha estado la emisión bien programada en general?, ¿por qué?
9. ¿Qué crees que ha faltado?
10. Haz una valoración y propón otro tipo de programa o actividades que se pudieran hacer.

El colegio público Cerro de San Juan de la localidad sevillana de Coria del Río lleva a cabo la primera experiencia pedagógica a nivel provincial de integración de

los medios de comunicación en los aulas. Los alumnos de octavo de EGB trabajan en clase sobre la prensa diaria y cada sábado en la emisora municipal desarra

llan un programa en directo de dos horas con entrevistas, amplia información cultural y juvenil, concursos, humor e interpretación de las noticias más actuales.

Dos horas de radio en directo cada sábado con los alumnos de octavo de EGB de Coria del Río

A partir de las primeras fichas, aportadas anteriormente, surgen propuestas de nuevas actividades: crucigramas, encuestas, *shows* de noticias, análisis comparativo de una noticia en distintos periódicos... Estas actividades se realizan en la escuela y son difundidas posteriormente en la radio.

Ante la respuesta tan positiva de los alumnos se amplía el tiempo de emisión en la radio, a la vez que se hace extensible a toda la segunda etapa. De esta manera nacen espacios radiofónicos nuevos:

- El grito de América
- Rincón poético
- Teatro en la radio
- Más sobre la ciencia
- Concurso de matemáticas



Con el nombre de «El grito de América» nace una experiencia en la radio para mostrar al radioyente la realidad latinoamericana; realidad que, por otra parte, dista mucho de parecerse a la que todos tenemos fijada en nuestra mente.

A lo largo de nuestros contactos con las diferentes personalidades iberoamericanas, éstas se resentían del nulo o casi nulo conocimiento que se tenía en España de los diferentes países hermanos. Con la intención de rellenar ese vacío, se elabora el guión radiofónico «El grito de América».

Si ya de por sí este proyecto desde un principio parece problemático, aún lo es más si le añadimos que en el planteamiento esencial del programa hay entrevistas comprometidas, una afanosa labor de búsqueda de documentos e información; y sobre todo que esto lo elaboran chavales de edades comprendidas entre doce y catorce años.

El equipo del programa lo forman siete personas: un director, un coordinador, un control,

La radio escolar en la Expo-Juventud

S.S.
Especial para UNO de tu

SEVILLA.—La Expo Juventud-89, una feria destinada a niños y jóvenes, sirve de marco incomparable durante estos días navideños a la experiencia radiofónica de los alumnos de octavo de EGB del colegio público Cerro de San Juan de la localidad sevillana de Coria del Río. Desde el pasado día 25 y hasta el próximo sábado los niños emiten en directo por la cadena COPE su programa «La Otra Clase» de seis a nueve de la tarde.

La radio ligera, divertida, de preguntas brevedades e insospechadas que hacen los escolares está teniendo gran aceptación entre el público visitante a la Expo Juventud, así como entre los radioyentes que, desde sus casas, participan en gran número en el concurso telefónico. Los aprendices de periodistas están utilizando por primera vez una unidad móvil de radio, han dejado a un lado la grabadora y se mueven con total libertad y derroche de originalidad por el recinto de la Expo-Juventud, provocando el interés de visitantes y profesionales de la radio.

dos locutores y dos documentalistas. Cada uno de ellos ocupado en sus diferentes tareas:

- Director y coordinador se encargan de preparar la estrategia a seguir en los diferentes programas y concertar las entrevistas.

- Los documentalistas y locutores se encargan de buscar las diferentes fuentes de información para elaborar el programa y las preguntas de las entrevistas, a la vez que pondrán su voz a través de los micrófonos.

- El control es el encargado de buscar la música de los diferentes países y coordinar los esfuerzos de los anteriores para grabar el programa.

Para seguir más de cerca la estrategia de trabajo pongamos un ejemplo:

Supongamos que el director y el coordinador han elegido como país de la semana a Méjico. Inmediatamente se pide información a los consulados y embajadas para que manden documentación a la vez que se concierta una entrevista con el cónsul o el embajador, persona que tiene como requisito indispensable ser del país que se trate, para así podernos dar una visión más objetiva de la realidad de su país.

Se pone en conocimiento de los demás integrantes del programa, el país a tratar y éstos se ponen a trabajar buscando información en enciclopedias, atlas, libros de historia, libros especializados y, sobre todo, periódicos; además de contar con los documentos enviados por la embajada. A su vez el control buscará en discografía o pidiéndola a las embajadas, música autóctona del país.

Con este material los chavales comenzarán a elaborar el programa ordenándolo en

diferentes secciones: historia, economía, sociedad, geografía... y haciendo especial hincapié en el folklore del país, las costumbres e intentando buscar la raigambre española y sobre todo prestando especial atención a los problemas actuales que sufre la región... En el caso de Méjico, sería tratada la problemática desencadenada por los «espaldas mojadas», o la pobreza de la mayor parte del país, la maquiación, etc.

Y como complemento de todo esto se llega a la entrevista, en la que los jóvenes resaltan, con el cuestionario elaborado, todos los puntos referidos anteriormente, haciendo asimismo hincapié en la situación actual que atraviesa el país.

El programa se completa con algunos temas musicales del país que se trate, con algunas «cuñas de apoyo» que son frases cortas del tipo «Iberoamérica: un pasado común del que todos tenemos que responder» que se introducen como nexos de unión entre diferentes apartados y que son pronunciados por latinoamericanos. Además se añade una página poética en la que se lee un texto de un autor del país de que se ocupe el programa.

Al final se hace una reflexión sobre el país refiriéndose a sus perspectivas de futuro; y para terminar se organiza un concurso telefónico en el que se hace un seguimiento de la audiencia del programa y del grado de atención prestada a lo dicho en él.

En líneas generales, éste es el esquema de «El grito de América» del que se han realizado 50

programas, habiéndose tratado países como Guatemala, Honduras, Ecuador, Bolivia, Uru-

Estudiantes que aprenden con la radio

El colegio público Cerro de San Juan de la localidad sevillana de Coria del Río ha puesto en marcha con sus alumnos de octavo de EGB la integración de los medios de comunicación en las aulas.



guay, Méjico, Panamá, Colombia...

Se comenzó allá por el mes de octubre y coincidiendo con el día de la Hispanidad, por lo que se hizo un programa especial, al igual que se sigue haciendo cuando se acercan fechas relevantes, como el aniversario de Che Guevara, etc. Otros programas especiales son, por ejemplo: La música latinoamericana, la iglesia en América, o el que realizamos al presidente del ICI, Luis Yáñez, en cuya entrevista, mitad intimista, mitad política, sacamos a relucir los deseos españoles de fomentar el conocimiento de la realidad hispanoamericana.

Esto es, en resumidas cuentas, el programa que, como se dijo en su cuña de presentación, «está dedicado a todos los países hermanos, en el afán de aprender de ellos lo que no supimos aprender en su tiempo, y con el afán de que una nueva época nos haga caminar juntos, por un mismo sendero, hacia un futuro de paz, libertad y progreso». Esto es «**El grito de América**».

Los soportes básicos del programa se componen de:

1. Temas musicales
2. La entrevista
3. El trabajo de los jóvenes.

1. En los temas musicales se presenta una variedad casi totalmente desconocida en nuestro país: cumbias, rancheras, tangos, mariachis, boleros, etc., llenan de colorido el programa, a la vez que nos muestran una parte del folklore de nuestros países hermanos.

2. Normalmente las entrevistas se suelen realizar por teléfono, dado que los embajadores residen en Madrid, aunque en ocasiones el equipo se traslada a Sevilla a grabar la entrevista con algún cónsul, e incluso a veces se realiza en los estudios de grabación de la radio, cuando la persona entrevistada tiene la posibilidad de desplazarse hasta nuestra localidad.

Requisito fundamental de los entrevista-

dos, como dijimos anteriormente, es que sean oriundos del país. Con esto se intenta que las respuestas a las preguntas tales como: «¿cómo son los mejicanos? -por ejemplo-, ¿qué forma de ser tienen?, ¿cómo disfrutan sus fiestas?, ¿están cargadas de la emoción de quien añora su país?, y que por otra parte nos dé su visión personal de los problemas de fondo que anuncian al país, enfrentándolo con la versión oficialista.

3. El trabajo personal de los jóvenes es el motor principal del programa, son ellos los que buscan, se documentan y elaboran los textos y las preguntas. Con todo ello no sólo se fomenta el trabajo en equipo, sino que se les va inculcando desde el principio un criterio de selección y objetividad a la hora de la preparación de los textos y las preguntas, además de hacerles interesante una asignatura, que a veces se puede hacer pesada, como es la Geografía y la Historia.

Son ellos los que eligen qué es más interesante de la historia de cada país, a la vez que

se les hace enfrentarse a los problemas más acuciantes de la sociedad latinoamericana: el narcotráfico, la guerrilla, la deuda externa, la marginación social, etc., son temas con los que el joven locutor tiene que familiarizarse para hacerlos comprender a los radioyentes.

Con todo esto no sólo se les enseña Geografía e Historia, sino que además se les enseña una historia actualizada y, sobre todo, viva, por cuanto tienen la capacidad de preguntar a los entrevistados sobre

los diferentes problemas que acucian a su sociedad, lo que los ha motivado y sus posibles repercusiones en el futuro.

Los frutos del programa se están notando ya, no sólo se está consiguiendo esa penetración entre los jóvenes y dar a conocer los pueblos latinoamericanos a los radioyentes, sino que las diferentes embajadas se vuel-

«El grito de América» está dedicado a todos los países hermanos, en el afán de aprender de ellos lo que no supimos aprender en su tiempo.

can mandando información, etc.

Son de destacar las conclusiones que se han sacado hasta ahora a través de las entrevistas, tales como:

- Necesidad de mostrar la realidad latinoamericana.

- Necesidad de fomentar la cooperación entre España y estos países.

- Todos coinciden en que en un futuro no muy lejano Latinoamérica estará unida en una comunidad al estilo CEE.

Como actividad integrada en el Seminario de «Radio, Prensa y Escuela», nos propusimos, a principios de curso, crear un taller de teatro. Éste se puso en marcha en octubre de 1990, y está integrado por un número de alumnos que oscila entre quince y veinte. Hemos de tener en cuenta que esta actividad es totalmente voluntaria para los alumnos. Dentro del taller de teatro se realizan dos programas distintos, uno titulado «Rincón poético» y el otro «El teatro en la radio».

Rincón poético: Se escogen los poemas que van a ser recitados, dos del mismo autor por capítulo y se prepara una introducción sobre el poeta y su obra. Cada semana se ensayan dos capítulos que son probados los sábados en los estudios de *Radio Ribera*. Estos programas se emiten en la radio dentro del magazine «La otra Escuela» todos los sábados, a razón de un capítulo por emisión. En la actualidad, tenemos un fondo de Miguel Hernández, Manuel Machado y Juan Rodríguez Mateo. Dos capítulos de Rafael Alberti y un capítulo de Gabriela Mistral y Daniel Pineda Novo. También tenemos un especial sobre la Semana Santa de Coria, que incluye poemas de los poetas corianos.

El teatro en la radio: Se escoge la obra, se distribuyen los papeles y se procede a su ensayo. Cuando se considera que el montaje está a punto, se graba en los estudios de *Radio Ribera* (duración de cada grabación, de tres a cuatro horas). Una vez montada la obra, se emite den-

tro del magazine «La otra Escuela», un capítulo cada sábado. Actualmente tenemos en fondo tres obras totalmente terminadas de las cuales se está emitiendo la primera: «El mercado» de

Edward Bellamy; «El llanto de Boabdil» de Antonio Gala; «La zapatera prodigiosa» de Federico García Lorca.

Más sobre la ciencia

A principios del curso 90/91 nos planteamos ampliar la experiencia «La otra Escuela» a sexto. Las principales ventajas que esta ampliación tenía eran: conocimiento del medio periódico; toma de contacto con la radio; preparación para, en posteriores cursos, ampliar su experiencia; y cubrir un campo importante que no recoge el currí-

culo.

Y como objetivo fundamental: potenciar la motivación del alumnado en torno al conocimiento e historia de la ciencia, así como en la lectura.

Para ello elaboramos un programa de radio de media hora de duración que se emite los sábados de 10 a 10'30.

La elaboración de un programa sigue el siguiente modelo:

1. Duración de 15 días y en pequeños grupos, eligen un científico o matemático célebre, sobre el que se va a crear el programa.

2. Realizan la biografía y proponen cuatro preguntas sobre la vida y la obra del científico.

3. Con este material se elabora un guión radiofónico.

4. Se emite los sábados en directo, dentro del programa «La otra Escuela», de 10 a 10'15 la biografía y de 10'15 a 10'30 se entabla una comunicación directa con los radioyentes mediante el teléfono y éstos eligen una pregunta para contestar. A los que dan la respuesta correcta, se les premia con alguna entrada al cine, camisetas o mochilas.

Concurso de Matemáticas. Es una actividad más que surge para motivar a los alumnos

El concurso de Matemáticas es una actividad más que surge para motivar a los alumnos en clase de Matemáticas, empleando la radio como recurso.

en clase de Matemáticas, empleando la radio como recurso. Disponemos de una bibliografía sobre lógica-matemática a la que los alumnos pueden acceder voluntariamente, agrupados o libremente, sin superar el número de seis. A cada grupo se le entregan dos libros durante 45 minutos de los que sacarán un máximo de cinco problemas.

En un segundo tiempo de 75 minutos aproximadamente, los alumnos o grupos que deseen participar, leen su problema al resto de la clase y ésta dispone de cinco minutos para resolverlo, ellos lo llaman «machacarlo». Si el tiempo de clase lo permite, uno tras otro van consumiendo sus cinco turnos (por ejemplo: 3 grupos participantes por cinco problemas por 5 minutos=75 minutos).

Al final, generalmente hay un grupo que tiene menos problemas resueltos por la clase; su portavoz es el encargado de ir a representarlos en la radio, en el programa «La otra Escuela», donde estos problemas son leídos. Los compañeros desde sus casas llaman por teléfono y si la respuesta es correcta, obtienen premios: calculadoras, estuches de dibujo, camisetas, entradas para el cine, etc.

Esto es, en pocas palabras, el concurso de Matemáticas. Estoy seguro que con mis torpes palabras no le he hecho justicia. Sólo quisiera resaltar que la participación es altísima y que se consiguen dos horas de trabajo en la clase de matemáticas, aparte de las que emplean en casa y todo de forma voluntaria.

¡Intentadlo, no os arrepentiréis!

Encuesta-Evaluación

Con el fin de conocer el grado de captación del programa radiofónico, así como la aceptación por parte de los padres de esta dinámica de trabajo y, a partir de estos datos, determinar la continuidad o no de la experiencia, se pasó la siguiente encuesta:

1. Comparando este modelo de trabajo y de enseñanza con los tradicionales que conoces, te parece:

- Mucho mejor que los otros
- Mejor que los otros
- Igual que los otros
- Peor que los otros
- Mucho peor que los otros

2. Escribe cinco cosas que te hayan gustado.

3. Tus padres, ¿se han interesado por este tipo de trabajo? ¿Te ayudaron?

4. Esta forma de trabajar ha sido muy distinta. Comparándola con tu forma de estudio normal (marca con una cruz):

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
- Me ha gustado...				
- He aprendido...				
- Me he divertido...				
- Me he aburrido..				
- He trabajado...				
- Lo encuentro alegre....				
- He tenido interés...				

5. ¿Quieres continuar así?

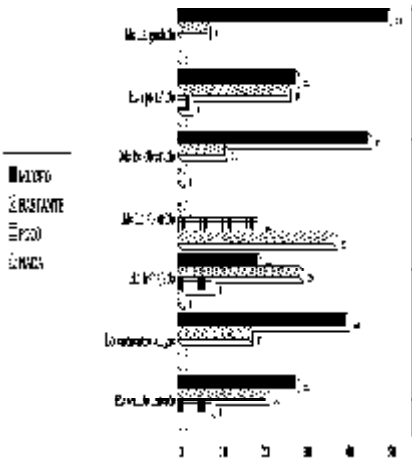
Sí/No/Me da igual

Estudio de las respuestas

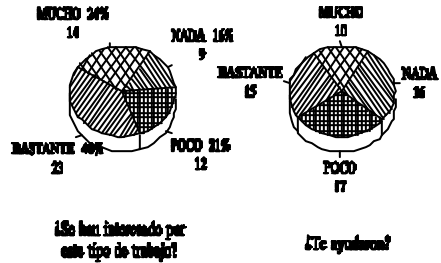
Vistos los resultados tan positivos del trabajo realizado y pensando abrir nuevos caminos que den posibilidades a la creatividad y a la ilusión que hay entre los chavales, nos

planteamos la creación de un vídeo que sirviese como estudio y difusión de nuevas técnicas pedagógicas. La elaboración de este vídeo lleva los siguientes pasos: guión literario, guión técnico, edición y distribución por todos los

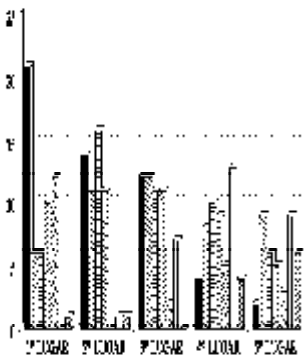
ESTA FORMA DE TRABAJAR HA SIDO MUY DISTINTA, COMPARANDOLA CON TU FORMA DE ESTUDIO NORMAL,



TUS PADRES

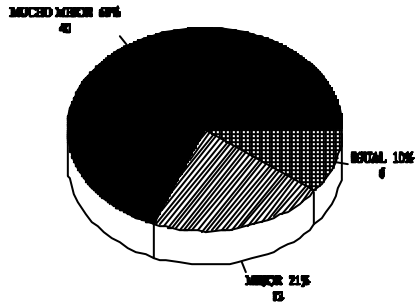


ESCRIBE 5 COSAS QUE MAS TE HAYAN GUSTADO DE ESTE METODO (POR ORDEN DE MAS A MENOS)

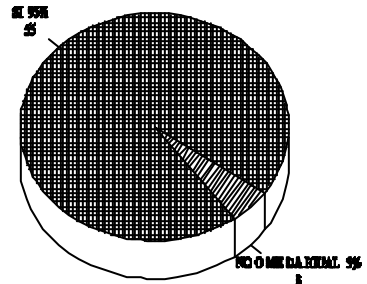


CATEGORÍA	MUY POCO	POCO	BASTANTE	MUCHO	MUCHO MUCHO
CONTEXTO MATERIALES	11	14	12	4	5
ESTRATEGIA	7	12	12	8	5
HUMOR	7	16	11	11	7
SINCRONIA	10	12	11	1	1
TRABAJO EN GRUPO	12	15	3	5	5
COMPROMISOS	1	1	1	11	5
OTRAS	1	1	1	4	1

COMPARANDO ESTE MODELO DE TRABAJO Y DE ENTREVISTA CON LOS TRADICIONALES QUE CONOCES, TE PARECE



¿QUIERES CONTINUAR ASI?



CEPs y Aulas de Extensión de Andalucía.

Llegado este momento de actuación, nuestras actividades empiezan a ser el motor y el punto de mira de otras muchas; pasando de ser meros receptores de información, a tener mucho que dar y divulgar, como lo demuestra nuestra participación en las primeras «Jornadas didácticas de prensa, radio y televisión escolar», celebradas en Huelva los días 18, 19 y 20 de enero de 1991.

Como experiencia abierta que es, continuamente surgen nuevas inquietudes, por ello aparecen varios espacios dentro del programa de radio:

- «El Informativo andaluz», totalmente en directo, donde conectamos con localidades de las otras provincias andaluzas en las que se realizan experiencias similares a la nuestra. Se produce un intercambio de información respecto a las noticias más significativas que los alumnos/as han estimado en su provincia. Este programa requiere tener relación con muchas personas de distintas localidades; es la clave de su funcionamiento. Disponemos de una amplia lista de teléfonos de gente interesada en el tema.

- «Ecología y Ciencia». Durante la semana los alumnos seleccionan en la prensa cuantos temas tengan relación con la ecología y los descubrimientos científicos. En clase se debaten,

seleccionan, ordenan, clasifican e interpretan. En definitiva, aplican el modelo científico para elaborar el contenido de su espacio radiofónico, que pretende ser crítico y expo-sitivo.

- «Información deportiva escolar», un espacio en el que durante la semana, se pretende conocer, coordinar y difundir la actividad del deporte escolar. Recogen con sus compañeros corresponsales en los distintos centros de la localidad, tanto personalmente como por teléfono en el programa de radio, cuanto ocurre en la localidad.

Desde esas primeras jornadas didácticas, en las que participamos activamente, con un denso y fructífero recorrido: destaca la elaboración de un proyecto de innovación para la utilización de los medios en un centro completo, el CP «Cerro de San Juan», en Coria del Río (Sevilla); culminamos con las 1ª Jornadas de comunicación social realizadas en Sevilla durante los meses de noviembre y diciembre de 1993 y en las que tratamos de describir, analizar y proponer nuestra experiencia como una alternativa concreta que integra los medios de comunicación en el aula.

Antonio Pradas López es profesor en el CP «Cerro de San Juan» de Coria del Río (Sevilla).

TEMAS

**Medios de comunicación en un colegio de
Educación Primaria de Cádiz**

Televisión escolar «Las Montañas»

Manuel Morilla Jarén

Ser pioneros y mantenerse es empresa loable e ingente. El equipo de Villamartín (Cádiz) es bien conocido por los que acostumbran a moverse por el mundo de los medios de comunicación en el ámbito educativo. En este artículo, el autor aporta la experiencia contrastada durante años, en el mundo de la producción escolar de medios de comunicación, en este caso la «televisión escolar». Puede hacerse, ellos lo hacen y animan a realizarlo a cualquier centro que esté interesado.

Televisión escolar «Las Montañas», nace en el año 1990 como un Proyecto de innovación y experimentación educativa aprobado y subvencionado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía, aunque nuestra experiencia había comenzado ya en el curso 1988/89.

Un grupo de profesores del Colegio Público «N^ª Señora de las Montañas» de Villamartín (Cádiz), liderados por Modesto Parada Rodríguez habían presentado un proyecto titulado «Medios de comunicación en la escuela», con la intención de avanzar un paso más en la utilización de los medios audiovisuales en la enseñanza.

La Consejería lo aprueba y lo subvenciona enviando un monitor de televisión y un magnetoscopio.

El Centro había organizado un taller de Imagen y Sonido, para formar a los alumnos en las técnicas de la comunicación audiovisual durante el curso escolar 1989/90 y se había empezado a impartir sólo a los alumnos de 8º de EGB. En el curso escolar 1990/91 se extiende también a 7º, continuando así en la actualidad.

1. Contenido de las emisiones de televisión escolar

Cada emisión tiene una duración de tres horas, el tiempo de grabación de una cinta de vídeo doméstico y se emite los miércoles, de seis a nueve, y los sábados, de once a dos), con objeto de que puedan seguirla todos los alumnos.

La práctica totalidad de la emisión es de producción propia o emisión de programas realizados por organismos oficiales tales como la Dirección de Tráfico (Educación Vial), Servicio Andaluz de Salud (Salud y Consumo)...

Una emisión tipo, del presente curso, consta de los siguientes programas:

1. *Presentación:* duración 7'30 minutos Videoclip que muestra el Centro, sus instalaciones, alumnos, profesores, etc. realizando diversas actividades.

2. *Educación Vial:* duración entre 10 y 20 minutos. Comienza con la presentación de una canción de Teresa Rabal («Digamos sí a la vida»), seguida de una producción de la DGT sobre circulación y de algunos comentarios de los alumnos del taller de Educación Vial,

tutorizados por Federico Chacón, profesor encargado de este área de actividad.

3. *Salud y Consumo*: duración entre 15 y 25 minutos. Trata temas de salud, tales como cepillado de dientes, accidentes caseros, alimentación sana, etc. obtenidos del material facilitado por el SAS y temas de consumo, tales como etiquetado, caducidad de alimentos, etc. tutorizados por Paqui Gallardo.

4. *Destacamos*: duración entre media y una hora. Reportajes y entrevistas sobre los temas más variados. En el primer trimestre del presente curso se han incluido concursos de villancicos, cabalgata de Reyes, actuación de la Coral Polifónica «Jaire», presentación de un libro radio escolar, «Tal como somos» de Canal Sur (dedicado a nuestro pueblo), «Operación Quetzal» (entrevista a dos alumnas participantes)... tutorizados por Modesto Parada o Manuel Morilla.

5. *Nuestro Pueblo*: duración entre 15 y 20 minutos. Reportaje sobre algún aspecto concreto del pueblo: Iglesia de las Virtudes, Ermita de las Montañas, etc., de la comarca, de Andalucía y en general, temas de interés de las Ciencias Sociales, en los cuales recibimos el apoyo del Gabinete Pedagógico de Bellas Artes y tutorizado por Viki Tinoco.

6. *Así se hace*: duración aproximada cinco minutos. Documental que muestra cómo se puede fabricar algo: una máscara de carnaval, una cajita de cromos, un portalápices, un cuadro de semillas, una figura de escayola, una figura de un Belén, etc. tutorizados por Rosa Vila, Montañas Pérez, Paqui Gallardo y al que cada vez se suman más compañeros.

7. *Deportes*: duración aproximada 40 minutos. Retransmisión íntegra de una competición deportiva desarrollada en el Centro. Durante el primer trimestre ha sido una liga de fútbol masculino y otra de fútbol femenino,

tutorizado por J. Antonio Pérez y Ana Moreno.

8. *En el laboratorio*: duración aproximada media hora. Trata temas de Ciencias Naturales, Física y Química y va desde la retransmisión de una experiencia de laboratorio (obtener alcohol de una botella de coñac) a la visita a la depuradora de aguas residuales de Ubrique, por citar dos programas. Está tutorizado por Rafael Sancha.

9. *School connection*: duración 10 minutos. Emite actividades, juegos, canciones, etc. realizados en las clases de Inglés y está tutorizado por Mercedes Lérica y M^a José Segura.

10. *Pequelandia*: duración 10 minutos. Emite actividades, juegos y canciones realizados en las clases de Preescolar y está tutorizado por J.A. de Haro. Incluye también actividades de logopedia a cargo de Cristina Rodríguez.

11. *Noticias escolares*: duración aproximada 20 minutos. Abarca noticias de temas escolares obtenidas del propio Centro, tales como gratuidad de libros, implantación de la LOGSE, obras en el Centro, excursiones, visitas al Centro, entrevista a profesores y otras noticias de interés para los alumnos

como resultados deportivos escolares, reuniones de delegados, etc. y está tutorizado por M^a José Segura, M. Morilla y Modesto Parada.

12. *Despedida*: duración 7 minutos. Interpretación del himno de «N^a Señora de las Montañas», a cargo de la Coral Polifónica «Jaire», con imágenes de la Ermita.

Los espacios de continuidad se nutren de campañas antitabaco, vacunaciones, campañas de limpieza... y pantallas informativas sobre teléfonos de interés, horario de visitas al equipo directivo, horario de tutorías, etc.

Obviamente, no aparecen anuncios publicitarios dado nuestro carácter no comercial.

El resto del tiempo, la emisora permanece emitiendo espacios de continuidad o avisos

El Centro había organizado un taller de Imagen y Sonido, para formar a los alumnos en las técnicas de la comunicación audiovisual.

para los padres (el más popular es el que avisa de la suspensión de clases por la enfermedad de algún profesor y el menos el que avisa de su reanudación). Para ello, hemos adaptado un ordenador *Spectrum*.

2. Proceso de realización de los programas

Al principio, el taller de Imagen y Sonido era el único que realizaba programas. De allí salían los actores, guionistas, cámaras, editores...

Como muestra de la calidad conseguida y sin ánimo de resultar exhaustivos, debemos citar las obras: «Detrás del último, no viene nadie», presentada al IV Encuentro de Comunicación de ámbito iberoamericano de Huelva; «Alguien desconocido», presentada a la Muestra Internacional de Vídeo de Cádiz; «Estás sola», presentada al Festival de Cine de Valencia (*Cinema Jove '92*), que obtuvo el premio a la mejor utilización del lenguaje audiovisual; «Un árbol, un amigo o María, eres la más bonita» presentadas ambas en *Cinema Jove*.

Estas producciones, bastante elaboradas, requerían tal cantidad de tiempo que sólo cubrían una emisión trimestral, por lo que podríamos calificar como esporádicas las emisiones y casi no cabría hablar propiamente de una emisora de televisión estable.

La experiencia acumulada a lo largo de estos cinco años por profesores y alumnos hace que nuestros objetivos se vayan haciendo cada vez más ambiciosos y diversificados, pero también hace que se produzcan más programas por la paulatina incorporación de profesores al proyecto y por el lento, pero continuado equipamiento que se ha ido adquiriendo durante estos años.

El sistema que mejores resultados ha obtenido, consiste en hablar primero con los profesores e invitarles a llamar al taller cuando estén haciendo alguna actividad que crean que podría ser interesante grabar y emitir para que otros puedan verla.

Al principio, los profesores son reacios a la entrada de cámaras en su clase, a llamar al taller y acordar una hora de grabación, a salir en la pantalla. Pero... una vez «pican»...

Entonces se desplaza un equipo formado por cámara y realizador y graban la actividad. Posteriormente, se monta y el profesor la visualiza antes de emitirse. Los alumnos las ven en sus casas y ya tenemos a otro enganchado.

Aspectos a cuidar: no forzar la participación, no emplear nunca horario extraescolar, a lo sumo horario de permanencia en el centro, obtener el guión

sobre la marcha y sin muchos detalles, no emplear más decorado que la propia clase... en una palabra, no agobiar.

A partir de este punto, esperamos a la segunda llamada. Los alumnos suelen inducir a sus profesores a que la hagan, sobre todo entre Preescolar y 5°.

Si un curso repite varias veces, creamos la necesidad de formar a un cámara y un realizador propios del curso y por aquí vamos.

Hasta ahora, huimos del empleo de muchos elementos técnicos, entre otras cosas por su precio y por el tiempo que se tarda en producir los programas. En consecuencia, los programas son una narración secuenciada temporalmente. Cosa curiosa a destacar es que alumnos que son poco diestros en hacer una narración escrita, saben hacer muy bien una narración audio-visual. Habría que profundizar más en este tema.

Consideraciones importantes:

1. La cámara, con batería cargada, cinta virgen puesta y trípode debe estar siempre preparada. Si no es así no se hacen ni la mitad de los programas.

2. El programa debe emitirse lo antes posible. Si no, se pierde el interés.

3. Las emisiones tienen que archivarse, con título, contenido y duración, para su reutilización. Son un excelente material didáctico.

¿Debería el profesor enseñar a grabar un audiovisual de la misma manera que enseña a escribir?

3. Formación del profesorado

Modesto realizó un curso de formación a través de la UNED que, en unión de otros realizados en el CEP y de un trabajo autodidacta importante en su tiempo libre, hace que le elijamos coordinador del Proyecto desde el principio. El que suscribe, M. Morilla, empieza a interesarse por las emisiones y sus aspectos técnicos: antenas, amplificadores, conversores de señal, y aprende a base de pegarse a los técnicos cuando vienen a instalar o reparar algo. Continúa con los magnetoscopios y cámaras, para pasar al montaje de las emisiones y a la organización del archivo visual y sonoro. También es el relaciones públicas del ente. Actualmente 12 profesores del Centro, realizamos un curso de formación sobre Imagen y Sonido, en el centro, a cargo de José Luis Sánchez (DERE de Villamartín).

4. Objetivos de la televisión escolar

Es difícil hablar de objetivos en una actividad tan novedosa y poco desarrollada en el ámbito educativo, pero hay unos objetivos que nos movieron a empezar la experiencia y que cada vez se afianzan más y otros que han ido desechándose, no porque hayan fracasado sino porque son muy ambiciosos y todavía no está el ambiente propicio.

El objetivo-eje de toda la experiencia es investigar nuevas fórmulas que motiven al alumnado a formarse lo mejor posible y por su propio esfuerzo.

Algunas condiciones se han tenido también en cuenta desde el principio, con objeto de no propiciar el fracaso de la experiencia.

1. Se procura que todas las actividades se desarrollen dentro del horario lectivo, con objeto de:

* No «quemar» al profesorado empleando horas extras.

* No convertir la televisión en algo distinto del proceso de trabajo normal, sino ensamblarla en él como algo natural.

* Grabar una actividad en vídeo es como hacer una redacción en un cuaderno.

2. Se intenta entrenar primero al profesor en la utilización de la cámara y del vídeo de montaje, para que, poco a poco, vaya entrenando a sus propios alumnos y así extender el taller de Imagen y Sonido a todas las aulas y suprimirle su carácter de «área específica». No todas las actividades que se realizan en el aula son susceptibles de transcribirse por escrito ni parece que sea éste el único sistema de transmisión que debemos utilizar.

* ¿Debería el profesor enseñar a grabar un audiovisual de la misma manera que enseña a escribir?

Si pensamos en la formación de los alumnos y sin tratar de desterrar la lecto-escritura, la respuesta parece ser afirmativa.

3. La influencia de la televisión es innegable. Su atracción también. La desmotivación de los alumnos es algo que se aprecia en continuo aumento.

* ¿Debemos despreciar este poderoso recurso didáctico?

4. Pedimos continuamente la colaboración de los padres en la tarea educativa, pero muchos guardan todavía en su recuerdo la escuela a la que asistieron hace muchos años.

* Si les enseñamos lo que hacemos, es posible que puedan colaborar mejor con nosotros.

Volviendo a nuestro objetivo-eje, pretendemos:

1. Interrelacionar las distintas áreas con el medio televisivo, de forma expresiva, lúdica y comunicativa.

2. Conseguir aprendizajes activos y de carácter significativo.

3. Aumentar la motivación de los alumnos.

El objetivo-eje de toda la experiencia es investigar nuevas fórmulas que motiven al alumnado a formarse lo mejor posible y por su propio esfuerzo.

4. Establecer un cauce para poder fomentar la comunicación oral en lenguas extranjeras.

5. Luchar contra el miedo al ridículo y afirmar la autoestima en el campo de la expresión oral, utilizando el habla andaluza y evitando los vulgarismos y barbarismos.

6. Elaborar materiales didácticos en vídeo para su utilización en el aula y entrenar al alumno en la utilización de los medios audiovisuales más comunes.

7. Poner a disposición del centro un medio apropiado para llevar a cabo eficazmente las enseñanzas transversales.

8. Poner a disposición de la comunidad educativa un eficaz medio de comunicación, con el que poder continuar con la escuela de padres y servir de nexo de unión entre el colegio y el barrio.

9. Fomentar el conocimiento de los medios de comunicación no de forma teórica, sino como aprendizaje significativo y analizar crítica y constructivamente el medio de comunicación televisivo.

4. Aspectos pedagógicos

Tratamos la totalidad de las áreas con nuestra emisora, aunque esto no quiere decir que las tratemos «únicamente» a través de ella.

Nuestro planteamiento huye de tratamientos que puedan dar al traste con la experiencia. Por eso, nuestras clases son como las de cualquier colegio público.

Los profesores de nuestro centro cumplen con su trabajo y son buenos profesionales, el ambiente del Claustro es agradable y hay un buen clima de trabajo. Las edades oscilan entre los 25 y los 50 años.

Los alumnos son de clase media-baja o baja, no demasiado conflictivos, aunque hay gamberros como en las mejores familias y estu-

dian poco en el Ciclo Superior; suponemos que porque están poco motivados por el desarrollo habitual de las enseñanzas.

Los padres brillan por su ausencia, la APA no funciona y sólo aparecen las madres y no todas, cuando hay problemas con «su» hijo.

El ciclo de Preescolar, realiza un programa («Pequelandia») en el que se reflejan las actividades que realizan estos pequeños. Unas actividades que desarrolla la logopeda, unas canciones, unos juegos... que pretenden, entre otras cosas:

- Que los padres aprendan a jugar con sus hijos
- Que no se pierdan tradiciones culturales andaluzas, juegos, canciones...

- Que los alumnos jueguen juntos para contrarrestar los estragos de las videoconsolas.

El primer ciclo, realiza programas tales como la fabricación de magdalenas, desplazándose al horno de una panadería cercana, los desayunos andaluces, en el patio de colegio comiendo pan con aceite y azúcar junto a un vaso de leche con cacao o chocolate... juegos en el patio, de los que jugaban los maestros y maestras cuando eran niños, etc., con los mismos objetivos que en Preescolar.

El segundo ciclo y 5º de EGB realizan programas cada vez más variados. De tipo medioambiental, comprometiéndose a repoblar una cañada real que pasa cerca del Centro, de Salud y Consumo (vacunaciones, higiene dental, accidentes caseros...) de Manualidades, Educación Vial, Inglés, reportajes de excursiones, reportajes sobre visitas realizadas en la localidad a organismos oficiales, etc.

En el Ciclo Superior se realiza un noticiero escolar, un programa con experiencias de laboratorio, reportajes de las excursiones, entrevistas a personas que visitan el Centro, o que

Cosa curiosa a destacar es que alumnos que son poco diestros en hacer una narración escrita, saben hacer muy bien una narración audiovisual. Habría que profundizar más en este tema.

tienen alguna relación con él, reportajes sobre temas de Ciencias Sociales, etc.

Por áreas de conocimiento, la más beneficiada es el área de Lenguaje. La producción escrita (guionización), la expresión oral (presentaciones y comentarios) y la lectura tienen aquí un cauce natural que convierte en significativo un aprendizaje algo descuidado a veces. El habla andaluza se dignifica sólo por el hecho de oírla a través del televisor.

Las Lenguas extranjeras, con las peculiaridades consiguientes, se benefician de los mismos aspectos, a los que hay que añadir la terapia del miedo al ridículo, la reflexión sobre el poder verse posteriormente.

Las Ciencias Naturales ganan en tiempo de exposición al poder emitirse un documental en horario extraescolar y aprovechar el horario escolar para otras tareas. La cámara, en un experimento de laboratorio, puede acercarse más que un alumno, aunque éste se encuentre en la clase y captar detalles que pasarían desapercibidos o que no podrían repetirse.

Las Ciencias Sociales, al igual que las Naturales, se benefician de la exposición extraescolar y ofrecen un cauce para los debates, mesas redondas, etc.

La Música, no sólo a través de las clases, sino a través de las actuaciones del coro escolar, ofrece a los escolares la satisfacción de poder ver el resultado de su trabajo y de ser admirados por los demás.

La Educación Física, por el simple hecho de verse, estimula el esfuerzo y frena los malos modales.

De las enseñanzas transversales se ha hablado bastante, aunque no se ha citado el tratamiento específico que se da a otros temas,

tales como la coeducación (indistintamente, los niños o las niñas son cámaras, guionistas, actores, aunque se prima a las alumnas como cámaras y a los alumnos como presentadores... para compensar). Días señalados, como el día de la Paz, de la no violencia, etc. son objeto de programas monográficos.

Los contenidos de Cultura Andaluza, impregnan todas las emisiones, desde el habla a los temas tratados.

En fin, todas las áreas son susceptibles de tratamiento televisivo.

Pretendemos interrelacionar las distintas áreas con el medio televisivo de forma expresiva, lúdica y comunicativa; fomentar el conocimiento de los medios de comunicación como aprendizaje significativo y analizar crítica y constructivamente el medio televisivo.

5. Aspectos técnicos

Nuestra emisora no es una emisora de televisión comercial ni pretende competir con ninguna cadena, tanto pública como privada. No emitimos publicidad o producciones sujetas a *copyright*.

Nuestra emisora no es un vídeo comunitario ni una emisora municipal, ni tampoco emite por emitir. No nos preocupa ni el éxito de los programas ni el índice de audiencia.

Lo importante no es emitir, sino *poder emitir*, es decir realizar programas. Ese es nuestro principal objetivo. No queremos decir que se desprecie la emisión, porque cumple también otros objetivos, sino que no es lo fundamental.

En cuanto a la viabilidad de la actividad, comenzaremos por decir que lo más seguro es buscar acuerdos con los ayuntamientos para que sean éstos los titulares de la emisora y nos cedan un tiempo de emisión. También es más barato.

Esta parece ser la solución más probable a medio y largo plazo a la vista de las intenciones gubernamentales de regular legalmente la televisión por cable y aprobar concesiones a los ayuntamientos.

Por otra parte, la utilización legal de los colegios por parte de los ayuntamientos, posi-

bilita aún más la colaboración entre estos organismos.

Todo ello, si las relaciones son buenas, lo que no ocurre con la frecuencia que sería deseable y si los ayuntamientos son capaces de financiar estas actividades, lo que es más raro aún.

La solución de la emisión aérea, no regulada aún legalmente, es la única viable en la actualidad.

La colocación de una o varias antenas emisoras en el colegio, que distribuyan la señal emitida por un magnetoscopio y la colocación de un amplificador de esa señal entre éste y la antena es lo más barato en la actualidad, pero es quizás lo más complicado no por el precio (menos de 100.000 ptas.) sino por la recepción de la señal.

Es obvio que es rara la casa que no dispone de una antena de televisión orientada hacia el centro emisor o repetidor correspondiente. Por lo tanto, nuestra antena debe colocarse en la misma dirección.

Por otra parte, la señal emitida por un magnetoscopio suele ser entre los canales 30 y 40 de UHF. Un medidor de campo nos indicará si hay algún canal no utilizado. En caso negativo habrá que instalar un conversor entre el magnetoscopio y el amplificador, que nos convierta nuestra señal a otro canal que esté libre.

No se olvide que no sólo las emisoras comerciales ocupan canales. Los vídeos comunitarios, aunque por cable, también los ocupan, debido a la pérdida de señal del cableado.

Debemos disponer también de una tutoría en el Centro, donde se ubiquen los equipos de grabación, edición y emisión. Al principio, las posibilidades económicas nos obligarán a usar un sólo equipo para ambas funciones y no podremos editar mientras emitimos, lo que no es

tan grave, dado el poco tiempo que estaremos emitiendo y de que no emitiremos en horario escolar.

Lo mejor es adquirir primero un equipo de edición y usarlo también para emitir. Consta de

un magnetoscopio de 3 ó 4 cabezales, para obtener una buena pausa, que tiene funciones de inserción de imagen y doblaje sonoro (suelen venir en inglés: *insert and audiodubbing*), un monitor de color de 14 pulgadas y un radiocassette.

El equipo de grabación consta de cámara y trípode.

La salida RF del magnetoscopio será utilizada para emitir la señal. La entrada, será donde se conecte la cámara (audio y vídeo RCA o euroconector).

Esta disposición nos permitirá emisiones en directo o en diferido.

En cuanto a la edición, con la misma disposición, la cámara será el reproductor y el magnetoscopio el grabador.

Para el doblaje sonoro, insertaremos la clavija del radiocassette en la entrada de audio, en lugar de la clavija de audio de la cámara.

Un equipo de edición (magnetoscopio, monitor y radiocassette) nos sale por unas 125.000 pesetas; un equipo de grabación (cámara y trípode) por otras tantas 125.000.

Por tanto, la adquisición hay que acometerla en un par de años o tres, dependiendo del material de que ya se disponga, pues pocos centros pueden destinar 350.000 pts. en un año.

No se olvide que este material no lo adquiere el Centro «sólo» para la televisión. Es material audiovisual del centro destinado a uso general.

Podemos participar en la convocatoria de proyectos de innovación y obtener equipamiento o subvención económica.

Aunque no somos emisoras comerciales,

Lo mejor y más seguro para emitir es buscar acuerdos con los ayuntamientos para que sean éstos los titulares de la emisora y nos cedan un tiempo de emisión. También es más barato. Ésta parece ser la solución más probable a medio y largo plazo.

sí podemos recibir subvenciones o regalos. Con suerte, la APA, alguna editorial, el Ayuntamiento o alguna Caja de Ahorros pueden aportar una parte. En una palabra, si el centro se lo propone, lo consigue.

En cuanto a los estudios de grabación, personal, actores, etc, esto es lo más barato, es gratis. Un centro escolar es un enorme estudio de grabación, donde unos profesores/as y unos alumnos/as ejercen gratuita y gustosamente como técnicos, actores, maquilladores, peluqueros, sastres, etc. Sólo hay que saber venderse.

Las pistas polideportivas son el escenario donde se graban las actuaciones deportivas (un cable largo une la cámara con el magnetoscopio). Participan alumnos en la competición, en la cámara, como comentarista deportivo, árbitro o juez e incluso como animadores o público.

Si tenemos salón de actos o similar, tenemos el escenario para teatros, actuaciones musicales, etc. Las noticias se graban en una tutoría. Las demás actividades en las clases.

En concreto, nuestro Centro dispone de:

- Dos equipos de grabación: cámara *Phi-*

lips explorer de cinta VHS doméstica y cámara *Sanyo* de cinta de 8.

- Dos equipos de edición: magnetocopios *Panasonic* de 4 cabezales con inserción y doblaje, monitores *Philips* de 14" y 20" color con euroconectores.

- Un equipo de emisión con magnetoscopio *Samsung* y monitor 14" color.

- Un ordenador *Spectrum* para titulación y para continuidad, emitiendo pantallas con información sobre horarios de visitas, teléfonos de interés, avisos, etc.

- Una mezclador de sonido con 4 entradas de línea y 3 de micro, que junto con un mezclador de audio y vídeo, nos permite no sólo emitir en directo, sino también realizar mientras se emite pasando de un canal a otro.

Para finalizar, nuestra emisora se ofrece a colaborar en la medida de nuestras posibilidades con cualquier centro interesado en esta experiencia y gustosamente recibiremos las visitas que se nos pidan.

Manuel Morilla Jarén es profesor del CP «Nuestra Señora de las Montañas» de Villamartín (Cádiz).

TEMAS

**Comunicación integral de las múltiples facetas de
José María Blanco White**

Teoría y práctica en la producción de un vídeo educativo

Ismael Roldán Castro
Tomás Cárdenas Sánchez

La mejor manera de aprender la sintaxis de la imagen, el lenguaje audiovisual es utilizándolo. Los manuales teóricos de realización en vídeo establecen unos referentes básicos; sin embargo, la auténtica aventura comienza cuando nos decidimos a escribir un guión y a manejar la cámara... Bajo este principio y supuesto, los autores nos ofrecen una fundamentación y una experiencia que sobre Blanco White ilustra una adecuada utilización didáctica del vídeo como medio de comunicación.

Génesis del proyecto

Cuando surge la idea de una producción videográfica en el ámbito educacional, lo primero que debe uno plantearse es la idoneidad y especificidad del medio elegido. Ha de observarse siempre que, en definitiva, el último objetivo perseguido es el incremento de la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje. Por ello, deberíamos preguntarnos: ¿Existe algún otro medio o recurso más eficaz con el que alcanzar el objetivo que nos proponemos con el vídeo?

Otra cuestión, en caso de que decidamos afrontar la aventura de una producción de vídeo educativo (PVE), consistirá en precisar quiénes intervendrán en la misma. La clasificación siguiente contribuirá a aclarar este punto (Cabero, 1991):

- Profesor y/o alumnos
 - CEPs, ICEs, etc.
 - Productora profesional
- Recurrir a una productora profesional

conlleva, de entrada, unos elevados costos. Además, se pierde uno de los aspectos más interesantes desde la perspectiva educativa: *el propio proceso*. Bien es verdad, que indiscutiblemente la calidad técnica del producto será óptima, pero como se verá, esto no es lo más importante en principio.

Las dos primeras modalidades constituyen las tendencias más frecuentes en la actualidad, pudiendo incluso simultanearse dado que no son, en absoluto, excluyentes.

Es por tanto fundamental, en esta primera fase, delimitar nítidamente aquello que vamos a contar y a quiénes irá dirigido. Se supone que previamente ya hemos justificado suficientemente la conveniencia de la producción.

En lo que se refiere a nuestra experiencia, la idea de producir un vídeo educativo surgió cuando descubrimos el general desconocimiento que sobre *José María Blanco White*, titular del complejo educativo al que pertenecen los

autores, tenían la mayoría de los alumnos del mismo. Además, entre los propios profesores de literatura existían serias divergencias en la valoración tanto de la vida como de la obra del personaje. En los libros de texto de Bachillerato o FP, o no se mencionaba o se hacía en forma exigua. En aquellas fechas, se conmemoraba el ciento cincuenta aniversario de su muerte, acaecida en mayo de 1841. Una primera investigación nos desveló una personalidad virtuosa en lo concerniente a la lealtad a los principios morales, una insobornable coherencia, un espíritu combativo incesante hacia los abusos de poder y una pasión desmesurada por la libertad. Todo ello unido a una egregia capacidad narrativa costumbrista y a un diáfano espíritu precursor del periodismo político en España. En definitiva, un insigne intelectual cuya vida y obra discurrió entre la literatura, la política y la religión. Creímos entonces y los acontecimientos posteriores así lo constataron, que el medio vídeo podría vehicular, mejor que ningún otro, una comunicación integral de las múltiples facetas que incidían en este personaje.

El vídeo cuya producción habíamos decidido afrontar, iría destinado a los alumnos de Enseñanza Secundaria y sería realizado íntegramente por dos profesores, los autores del presente artículo.

Planificación

Un estudio preliminar a la realización debe incluir los contenidos de la historia que se pretende narrar audiovisualmente. Una vez explicitado el punto anterior, es preciso documentarse adecuadamente para que el núcleo de información previa sea riguroso y suficiente. No debe olvidarse que este conjunto de documentos constituirá el soporte sobre el que se

edificará el discurso audiovisual posterior. Es en esta fase en la que resulta aconsejable contactar con expertos en la materia para la obtención de ideas, datos y sugerencias.

El planteamiento general, en el caso particular de nuestro proyecto, consistió en la delimitación de la época elegida para estudiar a Blanco White y que nos permitió, al menos inicialmente, titular el vídeo:

«*Blanco White y Sevilla. Etapa 1775-1810*»

Comenzamos por leer las *Cartas de España* y la *Autobiografía*, ineludibles referentes del pensamiento de Blanco White, se consultaron las publicaciones sobre la Historia de Sevilla de los si-

glos XVIII y XIX¹, concertamos entrevistas con reconocidos investigadores del personaje², visitamos la Hemeroteca Municipal Hispalense para conocer los artículos sobre él publicados y visionamos algunos vídeos anteriores, producidos por TVE y Canal Sur respectivamente, que incidían de alguna forma en Blanco White. Esto último era de crucial importancia si pretendíamos crear algo nuevo y diferente. La iconografía de la época exigió numerosas incursiones en distintas Facultades y paseos por los escasos lugares emblemáticos de la época aún visitables tanto de Cádiz como de Sevilla. Asimismo, hubo que preparar estrategias que permitiesen, en su momento, el registro de imágenes en lugares especialmente conflictivos como serían la Catedral de Sevilla y la Plaza de Toros.

Es fundamental planificar la forma en que las imágenes se han de suceder en la cinta. En nuestro caso la estancia de Blanco en su ciudad natal, documentada con lo más representativo que él nos relata en su obra, constituía el hilo conductor sobre el que se vertebraba todo el guión.

La idea de producir un vídeo educativo surgió cuando descubrimos el general desconocimiento que sobre José María Blanco White, titular del Complejo educativo al que pertenecen los autores, tenían la mayoría de los alumnos del mismo.

Una vez que establecimos la estructura general, es decir, el orden de la narración, lo más fructífero fue trabajar por separado cada una de las partes en las que podíamos dividir la historia y aplicar, en cada caso, los recursos expresivos que más conviniesen. Cada uno de los bloques tuvo un tratamiento específico, tanto de imágenes como de sonido, donde la visión de detalle no perdía nunca de vista la del conjunto de todo el proyecto. Al mismo tiempo procuramos seguir parámetros comúnmente aceptados a nivel estructural, como son:

- El planteamiento
- El desarrollo
- El desenlace


que han demostrado funcionar correctamente, por cuanto despiertan el interés de forma gradual y motivan el deseo de saber. Procuramos concentrar hacia el final los recursos más evocadores e impactantes, como una consecuencia lógica en cualquier producción audiovisual que concentra su clímax visual y auditivo

en los momentos finales. En nuestro caso los condicionamientos sentimentales y evocadores hacia nuestro personaje fueron determinantes. Para una PVE, puramente instructiva, éste sería un buen momento para establecer las conclusiones.

Todo parecía presagiar, algo definitivamente constatado, una importante inversión de tiempo durante todo el proceso y una extraña mezcla de satisfacciones y desánimos inexorablemente imbricados. Dedicación, en su mayor parte, extraída del tiempo de ocio y descanso de los autores. Todo ello sin mencionar las vicisitudes de orden familiar que empresas como ésta terminan generando, pero con las que hay que contar.

Guión literario

Tras la fase de documentación previa antes aludida y en la certeza de disponer de los medios y recursos necesarios, se comenzó la elaboración del guión literario. La estructura de

<p style="text-align: center;">"BLANCO WHITE Y SEVILLA" Etapa 1/75 - 1975</p> <p>Esta vídeo abarca los primeros treinta y cinco años de la vida de José M^o Blanco White, con el Index Vitae que Sevilla, su ciudad natal.</p> <p>Hombre de intensas vivencias espirituales, estuvo siempre acosado por crisis y dudas religiosas. La búsqueda de un Dios liberador marcó su incesante lucha contra la opresión.</p> <p>Liberal en lo político, le tocó vivir una época de convulsiones sociales donde se reparten el absolutismo y la intolerancia.</p> <p>En Literatura puede ser considerado como un precursor del Romanticismo. Su producción incluye prosa, poesía y narrativa.</p> <p>Su temperamento siempre inclinado hacia los abusos de poder, vivieron del estamento político y del religioso, desató, quizás como en ningún otro ilustre escritor, intensas filias y rubias hacia su propia patria.</p> <p>Fallecido en Liverpool en 1841, no se le empezó a conocer en España hasta 1972, fecha en la que se publican, por primera vez en nuestro idioma, sus OBRAS DE Poesía.</p> <p>Hijo de los mejores valores educativos que emanan de la vida de Blanco, quizás el más importante, sus la libertad que siempre mantuvo hacia sus propios principios y cuya manifestación actual se ve reflejada en una investigación coherente.</p> <p>Duración: 20 minutos Soporte: F.C.M. estándar Marcas: Hi-8</p>	<p>BLANCO WHITE Y SEVILLA</p>  <p>VHS HI-FI ESTEREO</p> <p>"BLANCO WHITE Y SEVILLA" ETAPA 1/75-1975</p> <p>Realizado por: TONAS GARDENAS BANCUEZ ISMAEL BUIBAN CASTRO</p>
--	--

este último respondería en líneas generales a los distintos bloques en los que habíamos dividido la narración prevista. Una cierta idea de las imágenes que acompañarían a los textos la teníamos en la memoria. Las fichas elaboradas durante la lectura de los libros y artículos referentes al tema en cuestión se encontraban sobre la mesa. Nuestra propuesta narrativa quedaría determinada por los siguientes elementos:

- Voz de Blanco White
- Voz de narradora
- Música
- Imágenes.

El guión literario comprendería los textos de Blanco White y narradora que más tarde deberían incluirse en el guión técnico, constituyendo una adaptación del pensamiento del propio Blanco White que nos ha legado su obra literaria. Este guión se iba confeccionando con la idea directriz de una comunicación eminentemente icónica y auditiva. No se trataba de un texto para ser leído, sino para ser escuchado envuelto en sonidos e imágenes. Era algo así como escribir un guión radiofónico en lo que a pautas de armonía, ritmo y estilo se requieren. El léxico así como las construcciones gramaticales utilizadas pretendieron mantener un nivel propio del contexto académico de los alumnos a los que se dirigía el vídeo. En todo caso, pensamos que sería preferible exigir un cierto esfuerzo intelectual antes que utilizar el lenguaje vulgar al que numerosos medios de comunicación someten a su audiencia, precisamente para embaucarla con mayor facilidad.

La extensión de este guión debía adecuarse a la duración que previsiblemente tendría el vídeo. Sobre este aspecto parece que la experiencia confirma (Roldán, 1994) que la duración no debe exceder los 30 minutos. Nosotros obtuvimos 22 hojas con un espacio interlineal en WP. De todas formas, es más fácil recortar cuando sobra, que añadir cuando falta.

Guión técnico

Este guión constituye de por sí el vídeo tal y como se representaría en nuestra mente al irlo leyendo. Las indicaciones que en él aparecen son esenciales para el trabajo posterior del realizador. La precisión en el tipo de plano que corresponde a un registro en una determinada secuencia, los movimientos de cámara, su duración así como la música y el texto que lo acompaña, son datos de ineludible presencia en el guión técnico. El siguiente esquema estructural es clásico en la confección de guiones de este tipo:

GUIÓN TÉCNICO			
SECUENCIA Bloque	PLANO duración	VÍDEO Imágenes	AUDIO Textos,

Nuestro guión técnico lo dividimos en dieciséis bloques que constituían unidades narrativas independientes aunque relacionadas entre sí. Los tipos de planos utilizados fueron los habituales en la sintaxis de la imagen (PP, PM, PG, etc.) y la duración de cada plano se estableció en torno a los 3 ó 15 segundos. Se especificaron los efectos especiales tanto de imagen como de sonido, precisando los planos a los que afectarían, y se readaptaron los textos del guión literario teniendo en cuenta la duración y el contexto icónico de las distintas secuencias. La selección musical nos llevó varios días escuchando *compact discs* al tiempo que imaginábamos los escenarios que grabaríamos más adelante en vídeo.

Un guión técnico perfectamente elaborado permite salir a registrar imágenes con un óptimo aprovechamiento del tiempo y con una planificación de las grabaciones muy precisa.

Infraestructura técnica

Cuando decidimos abordar una PVE debemos tomar conciencia de nuestras limitacio-

nes desde el punto de vista técnico.

Tanto los equipos como el material que hemos de emplear condicionarán sensiblemente la realización del proyecto e influirán decisivamente en el producto final. En nuestro caso, pudimos contar con un material relativamente aceptable, que, aunque no está vinculado al ámbito estrictamente profesional, nos permitió unos resultados dignos en cuanto a calidad de imagen y sonido.

El formato elegido fue HI-8 alta banda, que para el círculo de difusión de producción educativa ofrece unos resultados satisfactorios. Contar con una buena cámara para el registro de imágenes es fundamental, siendo condición indispensable que el resto de los elementos de la producción: editora, tituladora, mesa de efectos especiales, etc. estén en consonancia con el formato elegido (p. ej. si optamos por el sistema HI-8, todo el conjunto de elementos implicados en la producción ha de estar al mismo nivel técnico, pues de ello ha de depender la calidad del producto final). Asimismo la elección de un buen trípode, a ser posible, con cabezal fluido, será también determinante. A todo ello habría que sumar micrófonos de calidad para el registro sonoro y en caso necesario elementos de iluminación para tomas que así lo requieran.

En nuestro caso particular el registro de imágenes se realizó con una cámara Hi-8, recurriendo para el montaje VTR a una editora. Para los efectos de fundidos y encadenados empleamos una mesa de efectos especiales. La edición en audio se llevó a cabo con una mesa de mezclas a la que se conectaron dos micrófonos, una pletina a cassette y un CD. Todo este material está disponible en los CEPs y permite afrontar proyectos audiovisuales de cierta envergadura con unos resultados dignos; todo

dependerá de nuestras dosis de creatividad y la dedicación que estemos dispuestos a emplear en el proyecto.

Realización

Hay que puntualizar que aunque en principio la producción didáctica supedita el tratamiento estético a la consecución de unos objetivos instructivos, no por ello hemos de renunciar a un tratamiento artístico del tema, que sin duda lo hará más atractivo a los ojos de los que la contemplen. En este sentido, procuramos captar imágenes evocadoras que, aunadas con una cuidada selección musical, propiciaban la identificación de los espectadores con el personaje protagonista de nuestra historia.

Tanto para el registro de imágenes como para la posterior edición, es conveniente contar, si no se tiene la preparación adecuada, con una asesoría técnica que encauce nuestro trabajo y nos ayude a superar las posibles dificultades que en este ámbito pueden ir surgiendo.

Con referencia a la realización práctica,

Aunque en principio la producción didáctica supedita el tratamiento estético a la consecución de unos objetivos instructivos, no por ello hemos de renunciar a un tratamiento artístico del tema, que sin duda lo hará más atractivo a los ojos de los que la contemplen.

tanto en el tratamiento escogido, el documental, como en el registro de imágenes, nos inclinamos por todos aquellos recursos que nos plantearan los menores problemas posibles, evitando toda una parafernalia de artilugios para complicados efectos: micrófonos especiales, iluminación artificial... que inexorablemente hubieran complicado la producción. Procuramos pues, en aras de la operatividad, simplificar al máximo la filmación y el registro sonoro.

Cuando realizamos el guión técnico contemplamos un planteamiento global; sin embargo, en la práctica, cada

escena puede ser abordada desde diferentes puntos de vista. Es deseable pues, decidirmos por aquél que transmita la información de la forma más eficaz y expresiva. Para el registro

hemos de seguir los parámetros establecidos en el guión técnico en lo relativo al encuadre, el movimiento de la cámara, registros sonoros *in situ*, observaciones técnicas (material necesario, iluminación...).

Habrà que aprovechar y rentabilizar al máximo todos los recursos, tanto humanos como materiales. En este sentido; p.ej.: todas las tomas correspondientes a una misma localización se realizarán en la misma jornada de filmación, independientemente del orden que ocupen en el posterior montaje conforme al guión.

Tras finalizar, el registro de imágenes, procedimos, en una segunda fase, a la edición de las mismas ordenadas según el guión preestablecido, seleccionando los fragmentos más adecuados a nuestro propósito.

El material registrado siempre es superior al utilizado en el montaje (por término medio, por cada minuto montado se dispone de 3/10 minutos de registros), en este sentido es conveniente contar con tomas suficientes y adecuadas para resolver algún problema de enlace de secuencias.

En la fase previa a la edición, se describen y cronometran las tomas y su situación en las cintas de archivo, lo que permite su localización inmediata para proceder a la edición.

Una vez que se finalizó la edición de vídeo, emprendimos la etapa de sincronización. Sobre una copia del original, con el código de tiempo sobrepuesto a las imágenes, se leyó el texto de la narración hasta ajustarlo con precisión a las imágenes. Posteriormente se procedió a mezclar todo el audio (narración, efectos sonoros, banda sonora) sobre el original de vídeo y como final se colocaron los títulos de crédito de los participantes en la elaboración del audiovisual.

Uso didáctico

Antes de su difusión, la producción audiovisual ha de ser experimentada en centros docentes. Para ello, previamente a su visionado, se expusieron a los alumnos algunos referentes históricos que ubicasen la época y el personaje. También se aprovechó la ocasión para educar, de forma elemental, en el lenguaje audiovisual, de forma que las condiciones iniciales permitie-

sen una mayor rentabilidad en el uso educativo del vídeo. Esta introducción, siempre aconsejable, nos permitía viajar cómodamente en el tiempo, hasta situarnos dos siglos atrás.

En la guía didáctica se abordan en profundidad múltiples aspectos que aparecen reflejados en el vídeo, sugiriéndose, además, la forma más adecuada para un óptimo aprovechamiento didáctico. Nuestra guía es un compendio de amplia información relativa a la temática tratada, a las actividades que

pueden sugerirse tras el visionado y a la bibliografía relacionada con el tema.

Dado que las copias del vídeo las habíamos realizado en alta fidelidad estéreo, se conectó un magnetoscopio de alta fidelidad y estéreo a un amplificador potente, al tiempo que el monitor de televisión se eligió de alta definición. El resultado fue un espectáculo audiovisual que indiscutiblemente contribuyó, desde la perspectiva tecnológica, a rentabilizar su uso.

Tras el visionado, se suscitó (y cada vez que repetimos la experiencia, se sigue suscitando) un apasionado coloquio en el que participaron muchos de los alumnos asistentes. Así, la introducción al vídeo, su reproducción junto a las actividades posteriores, algunas de las cuales incluyen un recorrido por muchos de los lugares emblemáticos y posibles dramatizaciones en la propia aula, plantean un nuevo diseño en el proceso de enseñanza-aprendizaje, proba-

En la guía didáctica se abordan en profundidad múltiples aspectos que aparecen reflejados en el vídeo, sugiriéndose, además, la forma más adecuada para un óptimo aprovechamiento didáctico.

blemente más eficaz y de mayor calidad que la cada día más obsoleta fórmula de culto al libro de texto en exclusividad. El vídeo es una forma diferente de comunicar los avatares de una época, condicionante, como toda la historia, del devenir de acontecimientos y realidades. La construcción audiovisual integra y transmite no sólo ideas, opiniones y valores, sino sentimientos y dinamismo por los que ha de resultar, si la elaboración ha sido la adecuada, un mensaje cálido y vital muy susceptible de un aprendizaje altamente significativo.

Ismael Roldán Castro es actor y profesor en el IFP «Virgen de los Reyes» de Sevilla.

Tomás Cárdenas Sánchez es educador y experto en medios audiovisuales.

Notas

¹ F. Aguilar Piñal.

² Entre los que tenemos que destacar al dr. Antonio Gar-nica.

Referencias bibliográficas

APARICI y GARCÍA MATILLA (1987): Imagen, vídeo y educación. Madrid, FCE.
 CABERO, J. (1989): Tecnología educativa: Utilización didáctica del vídeo. Barcelona, PPU.
 CABERO, J. (1991): «¿Producción o producciones audiovisuales en el terreno educativo?», en El Siglo que

viene, nº 11. Ayuntamiento de Sevilla.

COMPARATO, D. (1989): El guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

COPPEN, H. (1982): Utilización didáctica de los medios audiovisuales. Madrid, Anaya.

CHION, M. (1988): Cómo se escribe un guión, Madrid, Cátedra.

DE PABLOS y CABERO (1990): «El vídeo en el aula I. El vídeo como mediador del aprendizaje», en Revista de Educación, 291; pp. 351-370.

DE PABLOS y GORTARI (1992): Las nuevas tecnologías de la información en la educación. Sevilla, Alfar.

FERRÉS, J. (1992): Vídeo y educación. Barcelona, Paidós.

FERRÉS, J. (1988): Cómo integrar el vídeo en la escuela. Barcelona, CEAC.

GARCÍA, J.L. (1987): Lenguaje audiovisual. Madrid, Alhambra.

HERNÁNDEZ, C. P. (1990): Imagen y sonido. Madrid, Alhambra.

KAMMER B. (1992): Teoría y práctica del vídeo. Barcelona, Martínez Roca.

KEMP, J. (1973): Planificación y producción de materiales audiovisuales. México.

MARTÍNEZ, F. (1989): «Configuración de los vídeos didácticos», Semana del cine y vídeo didáctico. Sevilla, CMIDE, Ayuntamiento de Sevilla.

MILLERSON, G. (1983): Técnicas de realización y producción en televisión. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

REISZ, K. (1980): Técnica del montaje cinematográfico. Madrid, Taurus.

ROLDÁN, I. (1994): «Psicología, vídeo y matemáticas: Un extraño cóctel», en Suma, 14-15; pp. 4-8.

Experiencia educativa aplicada a los diseños de Enseñanza Secundaria de Geografía e Historia

Talleres de radio escolar, cultural y juvenil

Antonio Ayala Payet

Los diseños curriculares de Enseñanza Secundaria y algunas de las posibilidades de aprendizaje social que contemplan vinculadas al empleo de medios de comunicación como la radio, es la fundamentación de este artículo, en el que el autor analiza los diseños como marco y referencia para la unidad didáctica de Geografía general sobre los movimientos migratorios que incorpora en este trabajo y que ejemplifica las posibilidades didácticas de la radio.

1. En el principio fue la idea

1.1. Unas ideas para realizar estos talleres se fueron gestando inicialmente en las clases del área de Ciencias Sociales

- En primer lugar en un Instituto de Formación Profesional: asignaturas del departamento de Humanidades como Formación Humanística, Ética y Constitución Española. Posteriormente en institutos de Enseñanza Secundaria: asignaturas de Geografía e Historia de ESO y Bachillerato de Sociales.

- Después de estimulantes informes, trabajos de prensa, trabajos prácticos varios, charlas, debates, puestas en común, etc., (actividades de introducción y motivación, de desarrollo, complementarias, de recapitulación...) sobre distintos temas de la actualidad relacionados con los contenidos de las asignaturas en cuestión, informaciones relevantes de la Historia (los protagonistas, acontecimientos, estructuras...) con una perspectiva del proceso histórico ligada al presente; como por ejemplo, las grandes revoluciones de la Historia y los pro-

cesos de cambio histórico en relación con el concepto de progreso de la humanidad. Al igual que en problemáticas geo-económicas explicativas de fenómenos actuales como por ejemplo: las grandes áreas económicas y los fundamentos del mundo actual (desarrollo y subdesarrollo: desigualdades Norte-Sur). De la explosión demográfica al crecimiento y sus repercusiones: cambios de mentalidad socio-demográfica. Aspectos que como muchos otros manifiestan la utilidad formativa del conjunto de saberes que configuran el área de Ciencias Sociales en sus facetas intelectual, instrumental y formativa (Ver diseño curricular de Ciencias Sociales y Geografía e Historia de Enseñanza Secundaria).

- Desde el principio nos ha guiado el deseo y la necesidad de conocer y valorar el posible impacto e influencia que aspectos como los reseñados anteriormente tienen en el mundo de los jóvenes y en la sociedad en la que están inmersos. También nos hicimos los mismos planteamientos con temas socioculturales que eran de su interés y respondían a deman-

das, inquietudes, expectativas propias de la juventud: trabajo-empleo y paro juvenil. La salud y los jóvenes: sexualidad y amor; drogas; alimentación, etc.; militarismo, antimilitarismo y objeción de conciencia; ocio-tiempo libre y aficiones-creaciones culturales, etc.

-Convergiendo con el carácter formativo ya señalado anteriormente, queremos también poner nuestro granito de arena en el desarrollo de los procesos de maduración de la personalidad y del aprendizaje social de los jóvenes. Concretamente contribuyendo a formar personas capaces de actuar activamente de forma constructiva, creativa, solidaria y responsable dentro de una sociedad de valores democráticos en la que viven, y de cooperar a su transformación. (Me remito entre otros a los diseños ya comentados; Constitución española; derechos y deberes de los ciudadanos; declaración de Derechos Humanos de la ONU...).

1.2. La magia de la «radio» y sus posibilidades educativas y culturales

1. Para no quedarnos con el trabajo y la enseñanza activa en el aula de forma exclusiva, nos decidimos a utilizar un medio de comunicación para seguir desarrollando una serie de aspectos del aprendizaje social en cuestión, ya que no podíamos omitir o pasar por alto la creciente importancia que los mensajes de los medios de comunicación tienen en la adquisición de una serie de conocimientos, actitudes y valores, estilos y formas de vida de nuestra sociedad y en concreto de los jóvenes, grandes protagonistas de la creciente importancia y papel social y cultural de los medios audiovisuales en los últimos años. La utilización de los medios de comunicación en la práctica educativa abre enormes posibilidades y campos de actuación en distintos apartados de los diseños curricu-

lares, posibilitando nuevas vías de aprendizaje social que convergen igualmente con los aspectos formativos ya señalados.

2. En concreto vimos que el medio de comunicación radio, nos ofrecía una serie de ventajas interesantes para nuestros objetivos:

a) *Caracteres intrínsecos al mediotales* como: el más directo o inmediato, ágil y ameno. Facilidades tecnológicas de uso y funcionamiento. Ser un medio de comunicación juvenil por excelencia: basta comprobar los datos del Estudio General de Medios en 1993, con más de 3'5 millones de jóvenes oyentes diarios, aunque haya que hacer una salvedad en el formato: radio fórmula musical en FM. Emisoras municipales en funcionamiento con programas y contenidos socio-culturales y educativos convergentes con nuestros postulados. También emisoras públicas: *RNE* o *Canal Sur Radio* (Andalucía).

No podíamos omitir o pasar por alto la creciente importancia que los mensajes de los medios de comunicación tienen en la adquisición de una serie de conocimientos, actitudes y valores, estilos y formas de vida de nuestra sociedad y en concreto de los jóvenes.

b) *Caracteres extrínsecos*: el creciente papel de los medios audiovisuales ya señalado anteriormente (en concreto según el Estudio General de Medios más de 16 millones de españoles son oyentes habituales a diario de programas de radio). Las posibilidades de trabajar la prensa escrita en coordinación con la radio por su gran importancia y vinculación a diversos aspectos culturales, educativos y sociales. La personalización en temas y protagonistas es también una ventaja añadida en el uso de medios de comunicación como prensa y radio trabajados conjuntamente. Los aspectos sociales, económicos, políticos

y culturales analizados en los diseños y programaciones se dinamizan con estrategias de personalización que motivan al alumno mediante un proceso de identificación emotiva, enriquecido con estrategias y procedimientos psicopedagógicos señalados en los diseños. A la vez que amplían no sólo sus conocimientos

sociales sino también sus capacidades de tipo analítico, crítico, creativo, comunicativo... enriqueciéndose paralelamente la visión científico-racionalista que entre otras visiones proporciona el trabajo en el aula.

c) *Desde la praxis*, distintas experiencias educativas vinculadas a la utilización del medio «radio» dentro de la innovación y renovación docente confirman lo anterior.

2. Los talleres de radio escolar no son una isla en la práctica docente

2.1. Nuevas tecnologías, currículo y Reforma educativa

El Plan Andaluz: Zahara XXI (introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los centros docentes) nos ha servido de modelo de referencia teórico en apartados de gran interés y utilidad educativa como: introducción (educación y nuevas tecnologías/nuevas tecnologías y currículo; mejora de la calidad de enseñanza); objetivos; campos de actuación; desarrollo y ejecución del Plan en los centros docentes/temporalización; evaluación y anexos.

- Reproducimos aquí un fragmento de la introducción a modo de síntesis de principios básicos que convergen y coinciden con nuestros planteamientos: «Es constatable la implantación que en nuestra sociedad tienen las nuevas tecnologías. Entre las consecuencias, hemos de considerar el estudio de su impacto en la educación, fundamentalmente a dos niveles: por un lado como introducción de nuevos recursos y medios didácticos al servicio de los procesos educativos, y por otro, como contenidos curriculares propios de una sociedad que progresa con rapidez hacia el

futuro, y donde temas como la imagen, el tratamiento de la información, los procesos de comunicación y el desarrollo de las telecomunicaciones se constituyen como variables socioculturales relevantes en el campo de la educación».

2.2. Los diseños curriculares de Enseñanza Secundaria y algunas de las posibilidades de aprendizaje social que contemplan vinculadas al empleo de medios de comunicación como la radio y la prensa utilizadas conjuntamente

1. *Observación previa*; no se trata aquí de hacer una relación exhaustiva y pormenorizada, sino más bien de señalar algunas de esas posibilidades contempladas en los diseños correspondientes y que abren enormes expectativas para el desarrollo del aprendizaje social a través de los medios de comunicación señalados.

2. *Diseño curricular de aspectos generales, 12-16 años*: la fundamentación y los factores políticos, sociales e ideológicos; principios didácticos: la comunicación y el enfoque ambiental; fines educativos y objetivos; contenidos: el papel de la información; metodología y pautas-situaciones motivadoras en el entorno social...

3. *Diseño curricular del área de Ciencias Sociales, 12-*

16 años: el área como ámbito de confluencia de las dos perspectivas enseñanza-aprendizaje: saber ordinario y saber científico.

Objetivos: la utilidad formativa del conjunto de saberes que configuran el área; objetivos de carácter conceptual, como capacitar al alumno para distinguir y caracterizar hechos de naturaleza social; objetivos relativos a estrategias y destrezas como las relacionadas con el

Los alumnos europeos extraen el 80% de sus informaciones de la vida cotidiana y sólo el 20% de la escuela. De estas últimas, únicamente el 5% resultan útiles. Sólo un 7% de los jóvenes españoles leen diariamente los periódicos y curiosamente, casi cuatro millones de jóvenes españoles escuchan a diario radio en FM.

procedimiento de la información; objetivos relacionados con actitudes y valores sociales y democráticos en referencia, por ejemplo a hechos, situaciones y acontecimientos de actualidad.

Contenidos: contenidos y funciones educativas de las Ciencias Sociales, a tener en cuenta la función informadora. La relevancia social de los contenidos y las cuestiones que preocupan a la sociedad en clara referencia a los contenidos transversales como: Educación para la Paz y los Derechos Humanos, Educación para la Salud y Educación Ambiental, Cultura Andaluza...; contenidos referidos a estrategias y técnicas como las utilizadas por los medios de comunicación; contenidos por bloques temáticos: se hace referencia específica a ellos en el siguiente apartado: la programación de los talleres paso a paso.

Metodología: las estrategias didácticas y la investigación escolar con los fines educativos; la evaluación: estrategias, técnicas e instrumentos (El diario, registros en audio o vídeo, la entrevista...); los medios empleados y los recursos como, por ej. los medios de comunicación.

4. *Diseños Curriculares de Geografía e Historia, 16-18 años*, editados por la Junta de Andalucía, Consejería de Educación en 1989.

a) Hay que señalar en primer lugar que debido a la amplitud y extensión de los tres diseños de área y para *sintetizar nuestra propuesta*, hemos escogido, a modo de ejemplo el de Historia de España.

b) *Historia de España: objetivos conceptuales*, como profundizar en la comprensión de conceptos que se refieren a hechos de naturaleza social, económica... La noción de proceso histórico y las claves explicativas del presen-

te en el pasado: como un objetivo nuevo en un proceso de búsqueda en virtud de un planteamiento general; objetivos relacionados con actitudes y valores como la actitud científica ante la historia de su propio país, relativista y crítica.

Los *contenidos* y sus criterios de selección: las informaciones relevantes en función del presente; los factores de diferenciación económica y sociocultural en el ámbito peninsular; las relaciones con la América Latina; la integración en el ámbito cultural del Mediterráneo, etc. Para la secuenciación y organización de contenidos, el primer bloque temático: la sociedad española hoy. Para los restantes me remito a lo señalado en el punto anterior: diseño de Ciencias Sociales.

La metodología: aquí también podemos apoyar lo anteriormente dicho partiendo del esquema metodológico de trabajo que se propone en el diseño, citando por ejemplo el punto c: Recabar e interpretar información: el uso de la información es la pieza básica del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los recursos, aquí también podemos apoyar lo anteriormente dicho en ejemplos como: el primer bloque temático: La sociedad española hoy. Ya que como se señala para el mismo un recurso fundamental es el dossier de prensa, complementado entre otros recursos por documentos audiovisuales. Igualmente se extienden a las otras unidades. En concreto, los documentos orales y la prensa escrita tienen perfecta cabida y utilización didáctica en la radio.

Tomando el texto del diseño en lo referente a la *unidad* ya señalada «La sociedad española hoy», dadas las características de la temática que aborda la unidad, el recurso fundamental debería de ser un dossier de prensa,

Un ejemplo concreto de las posibilidades de la radio, utilizada didácticamente en el diseño de Historia de España, es el programa diario que durante los últimos tres años ha estado emitiendo RNE-Radio 5, bajo el título: «Telón de fondo», un magazine sobre nuestra historia

previamente seleccionado por el profesor, que cubriera el segmento histórico que discurre desde la muerte de Franco hasta nuestros días...

- Aquí señalamos un ejemplo concreto de las posibilidades de «la radio» a ese respecto: El programa diario que durante los últimos tres años ha estado emitiendo *RNE: Radio 5*, bajo el título: «Telón de Fondo» un magazine sobre nuestra historia reciente (años 40 en adelante) tomando como hilo conductor canciones y vida cotidiana (incluyendo: teléfono directo, tertulias, reportajes, revista de prensa, comunicaciones de los oyentes...). Otros ejemplos concretos de las posibilidades educativas de la radio en lo referente al diseño de Historia de España, los hemos abordado en nuestros «talleres de radio» en programas monográficos tales como: Andalucía en su historia «Al-Andalus»: la España medieval; la España del siglo XX y nuestro pasado inmediato: de la dictadura franquista a la democracia. Los aspectos concretos de los mismos se detallan en el apartado del artículo titulado: «La programación paso a paso».

3. La programación paso a paso

3.1. Introducción: Aspectos generales

1. *Los talleres de radio en el inicio de su singladura. La primera etapa (1987-1989)*

a) Los talleres inician su singladura como una actividad extraescolar, vinculada a la programación de actividades culturales del Instituto Politécnico «Alhambilla» de Almería. Participando alumnos de 2º FP1 en especialidades de «metales y electricidad», asignaturas de «Formación Humanística y Constitución Española» por un lado y de «Ética y Religión» por otro.

La emisora en cuestión: *Radiocadena Española* en Almería, en horario nocturno, los viernes de 10/11 noche. El programa-magazine en cuestión «La escala mecánica»; su conductor «Juanma Cidrón», excelente persona y pro-

fesional. Nuestro programa o espacio llevaba un título muy simpático y juvenil «Los buscavidas».

b) En las ideas previas para realizar estos «talleres de radio» (Ver I: A y B) se señalan aspectos educativos, culturales y sociales que convergen y se desarrollan en los mismos.

c) El artículo publicado en la revista «Nexo» de la Delegación de Educación en Almería, nº 12, diciembre 1989; pp. 40-43) bajo mi coordinación pedagógica y como autor, con epígrafes tales como: en el principio fue la idea; unos talleres de radio no son una isla; la historia de los talleres ligada a las ondas jóvenes de

nuestra ciudad; la programación de los talleres paso a paso; modelo de guión: emisión real; carteles gráficos de programas; bibliografía sobre la radio consultada. Todo ello sintetiza y resume la experiencia en su primera etapa.

También hay que señalar en esta etapa el aterrizaje en una segunda emisora *Radio Safa* (la primera, *Radiocadena*, emisora pública de *RNE* se reconvierte en *Radio 5 de RNE*: nueva programación, nuevos contenidos... *Radio Safa* es la emisora escolar del Colegio «Sagrada Familia» de Almería; en el mismo barrio

de nuestro Instituto. El horario se amplía a dos horas semanales.

d) Breve apunte sobre la programación radiofónica: los aspectos educativos se vinculan a realidades sociales y culturales actuales, postulado que será una constante en la dinámica radiofónica. Concretamente señalamos una serie de contenidos que se van integrando progresivamente en la programación.

- *Los antecedentes* de estas cuestiones han sido planteados en el primer capítulo del artículo.

- *Contenidos con temáticas que convergen plenamente con los contenidos transversales de la Reforma educativa*: la salud y los

No hay que olvidar que la programación de los talleres de radio forma parte de una programación marco de referencia: la programación educativa.

jóvenes (alcoholismo y otras drogas; deporte para todos; la salud laboral y los jóvenes: prácticas de empresa, primer empleo); relación directa con Educación para la Salud; jóvenes en fines de semana, vinculada con la anterior y en relación directa con Educación Vial...

- Un aspecto básico, primero para el equipo de documentación y luego para el de realización es contar con asociaciones cívicas vinculadas a las temáticas a la vez que con especialistas con afán divulgador, sin olvidar a los jóvenes en las entrevistas y tertulias, ya que en definitiva los jóvenes son los protagonistas y destinatarios últimos de la programación.

- Se crea una *base de datos* a modo de fichero informático, con las principales asociaciones cívicas, culturales, humanitarias, incluyendo una guía didáctica con una serie de posibilidades de trabajo tanto en el aula como en el marco de la actividad radiofónica.

- *El equipo documentalista* incluye en el dossier informativo del programa un apartado inicial: *Antecedentes históricos*; así la programación radiofónica se vincula en otra vertiente a la asignatura de Formación Humanística 2º FP1 (Historia) en sus contenidos disciplinares.

- Paralelamente los espacios radiofónicos dedicados a la Historia van creándose a modo de «secciones y microespacios»:

2. Los talleres en su segunda etapa (1990-1993): experiencia educativa y cultural aplicada a los «diseños de Enseñanza Secundaria»: Geografía e Historia

1) Declaración de intenciones

a) Para empezar unas ideas básicas que la programación en su 1ª etapa también asume: la radio no es una prolongación estricta del aula o instituto, ya que no se trata de dar clases a modo y semejanza de las impartidas en el aula. La radio tiene su propio mundo en cuanto a estilo, lenguaje, técnica... ya que por encima de todo es un medio de comunicación veteranísimo con buena salud y renovándose continuamente...

- Consecuentemente y en concordancia con lo expuesto en el primer capítulo del artículo,

lo, los programas radiofónicos que hemos realizado lo son como tales (no somos profesionales, pero cuánto hemos gozado, aprendido, compartido, comunicado, investigado, incluso *gazapos*, omisiones, errores, nervios). ¡El placer de la comunicación nos hace humanos! Hemos aportado a la radio enriquecedores procedimientos y recursos didácticos adecuados al medio.

b) No hay que olvidar que la programación de los «talleres» forma parte de una programación-marco de referencia: la programación educativa. Nosotros, como veremos a continuación la hemos desglosado o secuenciado (la programación educativa) en su marco-base: el trabajo en el aula por una parte y paralelamente, hemos abierto otras vías de aprendizaje social vinculadas a distintas realidades y manifestaciones de la actualidad (una parte básica de nuestra programación radiofónica) que hemos concretado en la utilización versátil de medios de comunicación: la «radio» trabajada conjuntamente con «prensa escrita», creando, a modo de vasos comunicantes una retroalimentación mutua. Consecuentemente actividades introductorias, motivadoras, complementarias... han tenido su trabajo en el aula, y en los medios de comunicación con aspectos convergentes, diferenciales (en el sentido de que el trabajo o actividad se ha dividido: una parte trabajada en el «aula», la otra en el «medio radio» con documentación elaborada en el aula...), entre otros.

3.2. Radio e información: breve sinopsis de aspectos básicos para realizar un buen programa de radio con finalidades educativas, culturales y sociales

a) *Consideraciones previas*: lo señalado en este punto se debe también trasladar a la 1ª etapa del discurrir de los talleres por razones obvias.

- Los cuadernos del informador juvenil, editados en 1988 por la *Generalitat Valenciana*. *Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia*, y cuyo nº 1 «Radio e información» a cargo de Arturo Orrico Pacheco, entre otros,

nos ha sido de valiosísima utilidad en muchos aspectos a modo de guía práctica, en la que se vinculan tal y como es nuestra dinámica, aspectos educativos, culturales y sociales, con múltiples propuestas para el uso adecuado del medio radio.

- A destacar: *la declaración de principios*: ¿qué hacer con un espacio de radio dedicado a la juventud?; ¿con qué medios contamos: humanos, técnicos, económicos, difusión y promoción?; elección del tipo de programas-estructura y contenidos-; nos ponemos en marcha: confección de guiones, sintonías y música, tratamiento de textos-redacción, redacción de textos, lenguaje radiofónico, captación y selección de la información; las radios culturales y educativas; bibliografía y diccionario radiofónico.

b) *Onda comunitaria Almería: Radiomanía*, creada por asociaciones cívicas, asociaciones juveniles de institutos, barrios, vecinos... La emisora que durante dos años y medio nos permite desarrollar ampliamente nuestra programación (1989-1991). Emisora con 12 horas semanales dedicadas a la temática juvenil y cultural: ecología, cine, excursionismo, literatura, asociacionismo (tertulias, reportajes, revista de prensa, teléfono con contestador: llamadas...).

Todo ello nos permite asumir una programación de dos horas semanales y paralelamente vincularnos a los colectivos que están integrados en la emisora: intercambios, colaboraciones, actuaciones comunes; ejemplos: charlas y encuentros; exposiciones que la asociación cultural -la emisora está constituida como tal-, irá organizando sobre ecología, cómic e historia de Almería, música popular...

Onda comunitaria a cuyo Gabinete de prensa pertenecemos, asume como propios los postulados señalados anteriormente y hasta un total de doce profesores irán colaborando en

distintas tareas y programas de esta singular e interesante emisora, fundamentalmente servicios a la ciudadanía, sin fines lucrativos.

Las informaciones procedentes de los medios de comunicación, tan ricas en datos de tipo geográfico, como frecuentemente poco rigurosas y sesgadas en su análisis...

3.3. Ejemplo de una programación de radio. Programas realizados como parte integrante de una programación educativa en el aula: unidad didáctica

a) Diseño abreviado (por cuestión de espacio en el artículo) de la unidad en cuestión, perteneciente a «Reforma: Polivalente I» (Posteriormente Tercero de Educación Secundaria Obligatoria: ESO).

FICHA BASE

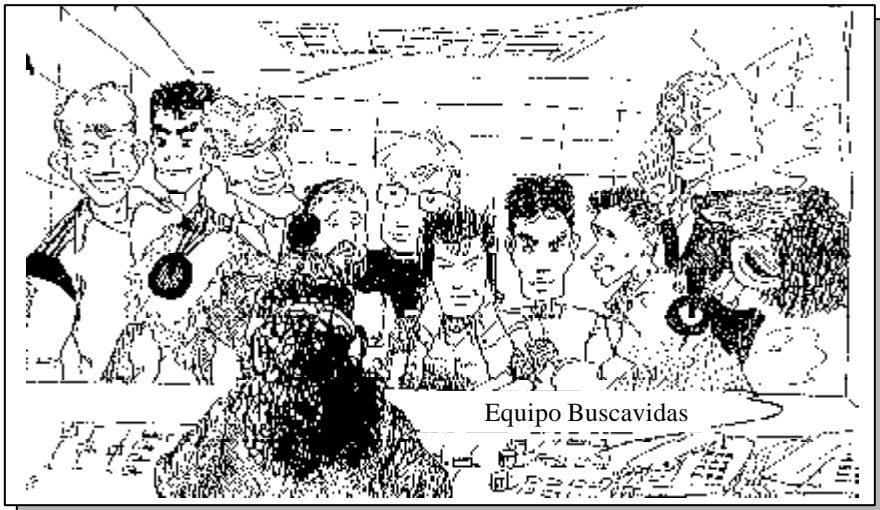
Curso escolar: 90-91 / asignatura: Geografía humana y económica / dos cursos de 20 alumnos/ Instituto «Alhambilla» de Almería. Fase de experimentación de la Reforma IFP «Alcaría» de Puebla del Río de Sevilla (experimentación Reforma 91-92).

UNIDAD DIDÁCTICA

Los movimientos migratorios: las migraciones en España y su importancia humana, económica y social. Análisis de un dato: movimientos migratorios en Andalucía de doble sentido: de tierra de emigración a «Almería» como ejemplo de los nuevos movimientos migratorios desde países subdesarrollados (Tercer Mundo) a los países industrializados.

UNIDAD TEMÁTICA: MARCO DE REFERENCIA

Geografía de la población



Objetivos específicos

-*Consideraciones previas:* Objetivos en relación a los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales.

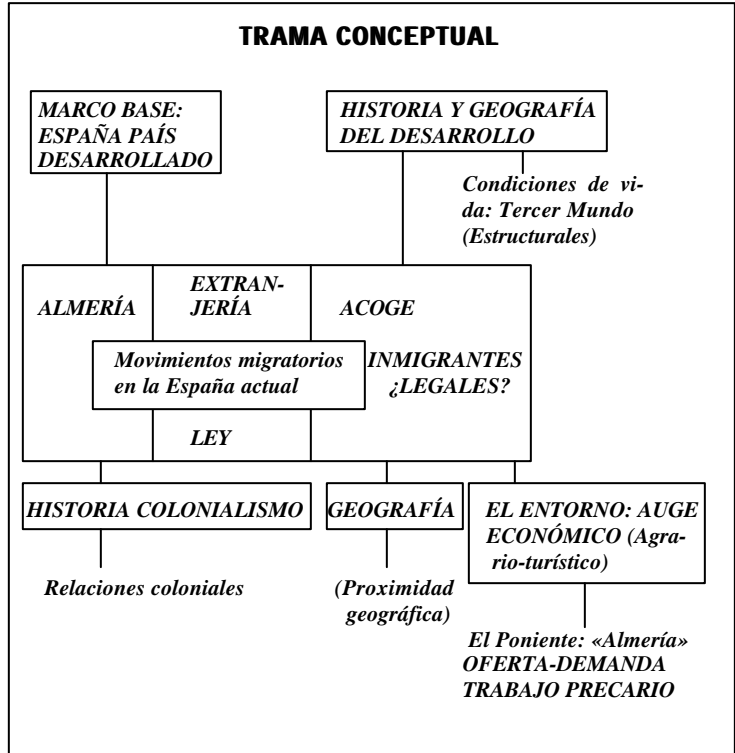
-*Se señalan con el símbolo «§» aquéllos que inciden directamente en el aprendizaje social a través de los medios de comunicación que hemos utilizado: radio y prensa escrita.*

-*La relación por razones de espacio está abreviada, se han seleccionado varios muy representativos.*

Objetivo terminal

Se pretende básicamente que la realidad trabajada en la unidad en cuestión se incorpore en el alumno, no sólo como datos de conocimiento, sino como fenómeno actuante en la propia existencia individual y colectiva. El hecho migratorio puede modificar la sustancia de una sociedad y modifica, desde luego, la de muchos individuos. He

TRAMA CONCEPTUAL



aquí el elemento clave para el enfoque de la presente unidad bajo una perspectiva humanista y científica. Las Ciencias Sociales y su carácter formativo.

Objetivos específicos

Denominación	Tipología	Medios comunicación	Coordinación pedagógica (interdisciplinariedad)
1. Adquirir información sobre el desigual desarrollo económico-social: interregional e interprovincial. Andalucía	Relación: contenidos conceptuales	§	Historia Contemporánea 8º EGB: La Revolución Industrial. Los fenómenos migratorios XIX. La España s.XX
2. Conocer la importancia cuantitativa y cualitativa de las migraciones en España. Andalucía	Relación: contenidos conceptuales	§	Lengua y Literatura (poetas y narradores andaluces de temática social)
3. Valorar la contribución de los emigrantes al desarrollo económico-social del país. Andalucía	Relación: contenidos conceptuales	§	
4. Analizar la influencia de las migraciones en la redistribución de la población activa: Andalucía como referencia	Relación: contenidos conceptuales	§	

Objetivos específicos

Denominación	Tipología	Medios comunicación	Coordinación pedagógica (interdisciplinariedad)
5. Valorar la situación humana y social de los emigrados: Andalucía como referencia básica	Relación: contenidos conceptuales	§	Lengua y Literatura (“”) Religión Católica
6. Analizar los caracteres de los nuevos movimientos migratorios desde los países subdesarrollados a los industrializados. El ejemplo andaluz	Relación: contenidos conceptuales	§	Historia Contemporánea 8º EGB: El Siglo XX y la post-industrialización
7. Aprender a buscar y manejar fuentes de información. El uso del propio entorno social del alumno como fuente de información	Relación: contenidos procedimentales	§	Lengua española (técnicas orales y escritas)
8. Aprender a realizar informes y redactarlos. Trabajar en equipo. Expresarse en público	Relación: contenidos procedimentales	§	Lengua española (técnicas orales y escritas)
9. Aprender: confección, utilización, materiales gráficos, específicamente demográficos	Relación: contenidos procedimentales	§	Matemáticas (Estadística)
10. Juzgar crítica y serenamente los problemas sociales; actuar de forma solidaria y humanitaria ante desigualdades y desequilibrios existentes entre países, áreas y religiones; desarrollar la tolerancia, respetar la diversidad cultural, rechazar la xenofobia y el racismo	Relación: contenidos actitudinales	§	Religión Católica

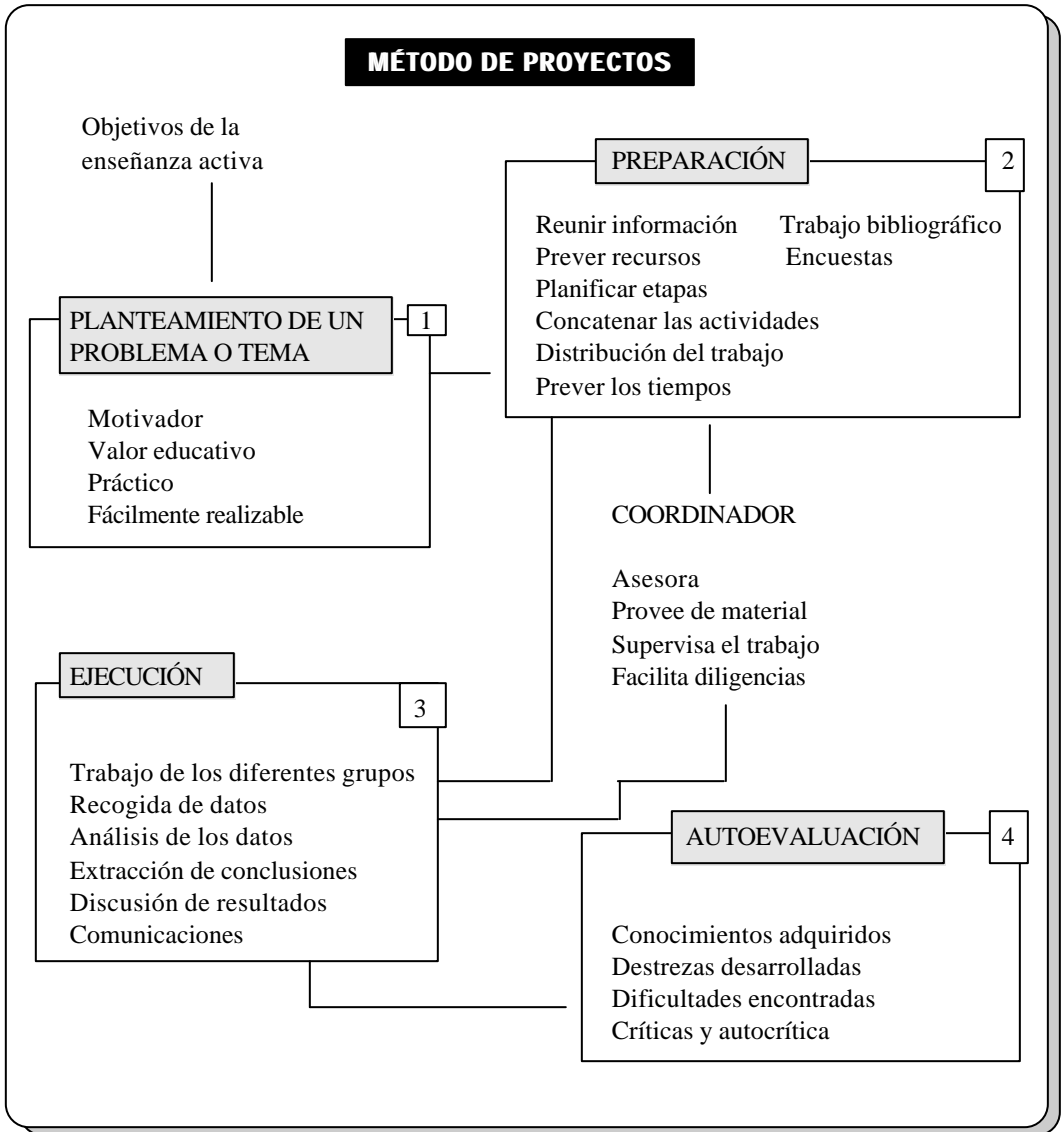
Plan de actuación

1. Consideraciones previas: Señalamos a continuación en el Plan de actuación, puntos de la secuenciación y desarrollo práctico de la programación educativa, donde se incluyen una serie de actividades de la misma que se han

realizado utilizando los medios de comunicación en cuestión: radio y prensa escrita, trabajados conjuntamente. Símbolo «§». La relación está abreviada: nos ha parecido conveniente, por razones de espacio, hacerlo así.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	RECURSOS	TIEMPO
1. El desigual desarrollo económico y social: interregional e interprovincial. Andalucía como referencia	a) Torrente de ideas (Andalucía: Tercer Mundo) b) Philips 66 (“”) § c) Lecturas comentadas (Prensa) § d) Confección de mapa económico. Comentario y análisis. Tablas y Gráficas. Mapas... e) Informe final: guía trabajo	1,4,7,8,9, 10	-Revista de prensa § -Locutorio: emisora de radio § -Dossier «Materiales de Geografía» -Útiles de escritura y mapa impreso -Libro texto. -Libros divulgación	2 horas 30' (aula) Trabajos en pequeño grupo (TPG) e individuales (TI)

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	RECURSOS	TIEMPO
<p>2.3. La importancia cuantitativa y cualitativa de las migraciones en España. Andalucía como referencia básica</p> <p>Coordinación pedagógica: Lengua Española (técnicas orales y escritas)</p>	<p>a y b) Ver anterior § c) Lecturas comentadas de prensa § d) Comentario: encuesta sociológica § e) Ver «d» punto anterior f) Entrevista a personas emigradas g) Informe final: Guía de trabajo</p>	<p>1,2,3,5,7,8,9,10</p>	<p>-Revista de prensa § -Locutorio: emisora de radio § -Dossier «Materiales de Geografía». (TI) -Relaciones humanas Entrevista. Asociaciones... § -Libros texto divulgación...</p>	<p>2 horas (aula) (TPG)</p>
<p>4.Las características de la situación humana y social de los emigrados. Andalucía como referencia. Almería: El Poniente</p> <p>Coordinación pedagógica. Lengua y Literatura española (Asesoramiento sobre «Literatura y sociedad: hoy») Religión Católica</p> <p>Coordinación «Sociedad». Asociación Humanitaria «Almería acoge», «Sevilla acoge». Asociaciones vecinos. Club Pensionistas</p>	<p>a) y b) Ver anteriores § c) Confección y Lectura: Organigrama § c) Confección historia y lectura § d) Lecturas comentadas Prensa § y libro divulgación § e) Conferencia social § f) Lecturas comparadas Las mismas: literarias § g) Disco-forum: § Las dos emigraciones. h) La entrevista: Ver 2.3. f. i) Informe final. Guía de trabajo</p>	<p>Las anteriores más 6,10</p>	<p>-Ver anteriores. -Disco-Forum: Locutorio de Radio: Discoteca</p>	<p>2 horas (aula) (TPG) (TI)</p>
<p>5. Las características de los nuevos movimientos migratorios desde los países subdesarrollados a los industrializados. El ejemplo andaluz: El Poniente almeriense</p> <p>Coordinación pedagógica: la misma</p> <p>Coordinación «Sociedad»: la misma</p>	<p>a) y b) Ver anteriores § c) Ver anterior § d) Comentario y análisis: Tablas, gráficos, mapas e) Confección tablas, gráficos, mapas. f) Lecturas comentadas: prensa, libro divulgación, literarias § g) Conferencia social y vídeo-forum § h) Visita guiada a centro social: Almería acoge</p>	<p>“ “ “ “ “ “ “ “ “ “ “ “ “ “ “</p>	<p>-Los anteriores -Proyector de vídeo: magnetoscopio y TV: sala conferencias -Para visita: horario extraescolar Centro de la capital</p>	<p>“ “ “ “ “ (TPG) (TI) “ “ “ “ “</p>



LAS ACTIVIDADES Y SU CLASIFICACIÓN (EQUIVALENCIAS Y RELACIONES AULA-MEDIOS DE COMUNICACIÓN «RADIO Y PRENSA») «RELACIÓN ABREVIADA»

	<i>Aula</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>1º Introducción</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Torrente de ideas (dinámica de grupos) -Philips 6/6 (dinámica de grupos) -Exposición esquema conceptual: Trama básica 	<ul style="list-style-type: none"> -Presentación: tema del día -Entrevistas breves (cuestionario) -Llamadas registradas contestest. automát. -Llamadas telefónicas en directo: sondeo, sondeo de opinión

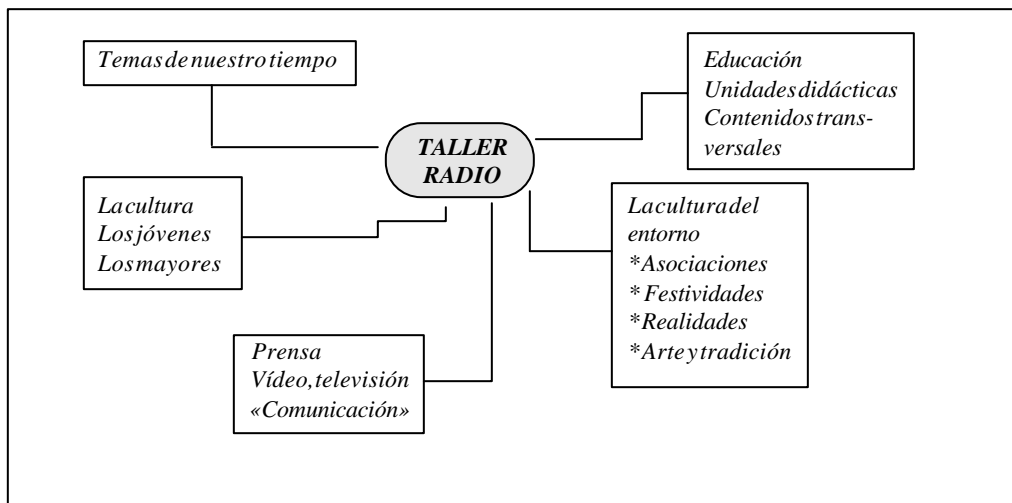
	Aula	Medios de comunicación
2º Motivación	-Lecturas comentadas -Comentarios: encuesta-sociológ. -Vídeo-forum	-Revista de prensa (noticias frescas) -La buena música: canciones con historia -Paisajes sonoros (textos varios, diálogos y música en consonancia)
3º Desarrollo	-Elaboración de trabajos de expresión gráfica (mapas, historietas, cuadros, organigramas) -Lectura e interpretación de materiales gráficos (tablas, mapas, gráficas, organigramas)	-Elaboración de carteles para los programas (posters y collages) -Reportajes (con noticias prensa) -Entrevistas varias -Historia musical e historia real (espacio musical y temático)
4º Comunicación	-Conferencia social o mesa redonda -Dossier-informe ilustrado (TPG) Entrevistas	-Tertulia radiofónica (teléfono abierto) -Mesa de invitados: coordinadores (TPG): Lecturas y comentarios: conclusiones trabajos
5º Complementación	-Visita: centro social Exposición fotográfica, póster	-Reportaje al respecto
6º Evaluación	-Ejemplo: sesiones de autoevaluación -Ejemplo: prueba escrita	-Tertulia: ¡Vamos sacando conclusiones! ¡Vamos con las alternativas! (Teléfono abierto). Cartas a redacción del programa

El taller de radio pertenece a la unidad en cuestión

1. Algunos apuntes prácticos de cómo se han hecho los «talleres de radio» tanto en su primera etapa como en su segunda: relación abreviada.

FICHA DE TRABAJO

- Vejez en nuestro tiempo
- La salud
- El racismo
- La solidaridad
- La ayuda humanitaria



a) Contenidos temáticos transversales: contenidos temáticos: unidades didácticas.

b) Temas de interés para el equipo del programa.

c) Coordinación con taller de prensa del Instituto. Iniciativas culturales en el entorno.

d) Sondeo entre jóvenes sobre temas de interés, actualidad...

La tarea de reunirse y organizarse

El equipo del taller de radio: organización y funciones.

Programa: Imagen y Sonido-documentación-realización-coordinación general: profesor miembro de cada uno.

Los equipos:

* *Realización:*

- El Guión-base (literario-radiofónico)
- Los concursos y premios: bases
- Noticias frescas

- Los reportajes estudio-calle

- Las tertulias: estudio

* *Documentación:*

- Prepara y confecciona

- El dossier (prensa, invitados, lecturas divulgativas)

- Las entrevistas y tertulias

* *Imagen y sonido:*

- Carteles; teléfono

- Cuñas e indicativos radio

- Canciones con textos; audiciones

- Auxiliares y técnicos de sonido

2) El programa en cuestión (fecha emisión 4-91); *Onda Comunitaria* de Almería; título «El tiempo vuela...»; guión-base con observaciones (resumido); 2 horas duración; símbolo «*»: actividades trabajadas también en aula: otro nivel.

Tiempos	Apartados-espacios	Observaciones §
07.00 h. (noche)	1. <i>Presentación y saludos</i> - <i>Cuña, sintonía</i> - <i>Equipo en marcha</i> - <i>Agenda del día §</i> - <i>La buena música § en español</i> « <i>Stop al racismo</i> »	§ <i>Sintonía. El tema del día: La emigración nuestra de cada día</i> § <i>La música "tam tam go" (Espaldas mojadas) (Historias de emigrantes)</i> * <i>Aula</i>
07.05 h. (noche)	2. <i>Noticias frescas: El equipo de redacción al ruedo §</i> <i>Lecturas. Primeras impresiones</i>	§ <i>Ver relación: actividades y documentación</i> § <i>Sintonía musical</i> * <i>Aula</i>
07.10 h. (noche)	3. <i>La buena música: Canciones con Historia... §</i> « <i>El extranjero: Moustaki</i> »	§ <i>La música de G. Moustaki. El extranjero: paz, amor, fraternidad, tolerancia. (Presentación-audición)</i>
07.14 h. (noche)	4. <i>¿Y tú de qué vas?: la opinión de la calle §</i> <i>Los andaluces ¿emigrante...?</i> <i>Los africanos inmigrantes aquí,</i> <i>¿Cómo lo ves?</i>	§ - <i>Sintonía musical</i> - <i>Entrevistas breves: calle</i> - <i>Teléfono abierto posterior</i> - <i>Comentarios: mesa redacción</i> - <i>Entrevistas: actividades aulas</i>
07.19 h.(noche)	5. <i>La buena música...</i> « <i>Una tierra común</i> ». <i>Dessidenten</i>	§ <i>La música del grupo folk-rok «Dessidenten». (Mestizaje musical: Argelia-Alemania: miembros). Textos reivindicativos: Tema día</i> § * <i>Saludando a «Asociación humanitaria Almería acoge»</i>

Tiempos	Apartados-Espacios	Observaciones §
07.23 h.	6. ¡Leer es un placer! (Paisaje sonoro) §	§ Textos de apoyo y lectura: literario, prensa, testimoniales (lecturas: diálogos). Música nuevas músicas. Flamenco. Popular marroquí
07.30 h.	7. La buena música... * § «El último de la Fila: No hay dinero para los chicos»	§ Significación grupo: Temáticas urbanas, realidades sociales, inquietudes ecológicas Texto: Tema del día. Andalucía y Cataluña: mestizaje cultural de sus miembros y música
07.35 h.	8. El reportaje de la semana * Visita a centro social, «Almería acoge». Coordinación con actividad aula * §	§ Sólo se radia la 1ª parte: aspectos generales 10mn Los autores previamente hacen presentación y al final se hacen comentarios y explican anécdotas, leen prensa...
07.50 h.	9. La buena música andaluza también vibra con el tema del día... a. «Jarcha: Segaores» b. «Camarón de la isla: Soy gitano» §	§ Significación: artistas y músicas a) Cantautores y renovadores música con raíces. Textos populares y reivindicativos: Andalucía b) La versatilidad, la continua evolución estilística, textos populares y reivindicativos: Andalucía.
08.00 h.	10. La tertulia: 1ª parte Invitados junto al equipo de redacción: Almería acoge y promoción gitana §	§ Significación: Asociaciones. Ambas gran trayectoria humana, social y cultural: los derechos humanos, integración, defensa y promoción de los dos colectivos: inmigrantes extranjeros y gitanos § Utilizar fondo musical sonoro pausas... teléfono abierto
08.20 h.	11. La buena música andaluza a. «Gente del Pueblo. Hay que repartir la tierra» b. «Carlos Cano: canción de los marineros §	§ * Encuesta sociológica: lectura comentada. Significación artistas-músicos § § Artistas comprometidos desde postulados de música popular con raíces, con textos reivindicativos, lúdicos, amorosos: temáticas andaluzas como la que nos ocupa
08.30 h.	La tertulia: 2ª parte §	§ Temas inacabados, otros aspectos de interés. Fundamental «Teléfono abierto» (Los alumnos que no están en el estudio: otros cursos con la materia en cuestión han elaborado preguntas en clase para plantearlas a los contertulios)
08.54 h.	Despedida y cierre § La buena música «No me pises que llevo chanclas (Humor, amor, tolerancia, paz, fraternidad...)	§ ¡Sacando conclusiones! ¡Dando alternativas! ¡Las gracias a todos! ¡Próximo programa!

Observación final

* Curso 91/92, Instituto «Alcaria» de La Puebla del Río (Sevilla), emisora municipal «Radio Marisma».

* Curso 92/93, IES «Torre del Rey» de Pilas (Sevilla), emisora «Radio Doñana».

¡La comunicación nos hace sentirnos y manifestarnos como seres humanos!

Antonio Ayala Payet es profesor del IES «Torre del Rey» de Pilas (Sevilla).

TEMAS

«No es tan fiero el león como lo pintan»

La publicidad y su integración en las aulas

Enrique Martínez Sánchez

Este artículo plantea una serie de propuestas pedagógico-didácticas para que el profesorado de todos los niveles de la enseñanza promueva en su aula el estudio de la publicidad en general y de los anuncios en particular. Se dan en él ideas para la planificación y el análisis de la publicidad, la preparación de trabajos de taller y la elaboración de campañas y mensajes publicitarios. De los elementos técnicos, conceptuales o teóricos a los que se hace referencia, se puede disponer en la bibliografía que se presenta al final del artículo. Se hace especial énfasis en que no todo en la publicidad es bueno o malo y en el sentido crítico que todo consumidor debe tener, tanto para aceptar sus aspectos informativos como para defenderse de lo engañoso o camuflado.

*«En este mundo traidor,
nada es verdad ni es mentira. Todo es según
el color del cristal con que se mira».*

Campoamor

Los refranes, las frases hechas o las adaptaciones de frase que encabezan cada parte, se han pensado para que sirvan de eslogan y guión, como verdaderos anclajes, la lectura y comprensión del texto.

1. Si no sabes a dónde vas, acabarás en otra parte

1.1. Tenemos la publicidad que nos merecemos

Las razones de la publicidad hay que buscarlas en nuestra propia cultura. La publicidad somos nosotros mismos, está en la misma base cultural de nuestra sociedad. No podemos desligarnos de ella.

Ya desde la antigüedad la publicidad ha sido una de las armas más importantes para la

venta de productos, servicios o ideas. Se presenta con formas muy diversas: ligada a imágenes, a símbolos muy concretos, a textos, o a cualquier otro instrumento o medio que sea capaz de introducir al ciudadano en el mundo del consumo de productos, servicios o ideas. La publicidad impone criterios tanto morales como éticos, culturales como estéticos. Influye en otras imágenes, toma ideas del arte en general, del cine, de la fotografía y de todas las ciencias. Utiliza y apoya la mejora de los más excepcionales recursos tecnológicos.

1.2. Renovarse o morir

Hoy, debido al incremento de los medios de comunicación, a la implantación de nuevas tecnologías, a la velocidad a la que se mueve la información, a la rapidez con la que los nuevos descubrimientos científicos se ponen a disposición del usuario, se hace cada día más necesaria en nuestra sociedad de consumo la

tecnificación de la publicidad, su sofisticación y las estrategias necesarias de cambio para llegar a consumidores que se caracterizan cada vez más por su exigencia, y que responden por otra parte a tipologías muy variadas.

1.3. Dar gato por liebre

La publicidad debe existir. Informa, aunque debe hacerlo con veracidad. Sin embargo toda imagen es manipulada; no puede haber imágenes sin manipulación: Solamente poner el ojo en una cámara fotográfica, ya supone una intención de focalizar una cosa y no otra. La manipulación en sí no es negativa; sí pueden serlo la intencionalidad o las formas de presentación. Ahí es donde el profesor, los padres y la sociedad deben tomar posiciones. Una cosa es lo que vemos y otra lo que hay detrás de la publicidad. Debemos buscar y descubrir las intenciones, motivaciones e intereses de quien encarga y produce la publicidad.

La publicidad es uno de los elementos de la cultura de nuestro tiempo que más influye en los cambios de comportamiento individual y social. Es necesario por ello, tenerla en cuenta en el sistema educativo en general y en cada aula en particular.

La publicidad juega con la información real y la veracidad, base de credibilidad de una marca, al mismo tiempo que con el camuflaje, el adorno, la intención de llegar al consumidor por cualquier medio, e incluso en muchos momentos con el enmascaramiento, la falsedad o la mentira.

El análisis de la publicidad debe llevar a descubrir técnicas manipulativas, intereses ocultos y finalmente, cuando es posible, la realidad del anuncio.

1.4. El que avisa, no es traidor

Toda imagen elaborada, sea fija, móvil, opaca o transparente, publicada en revista o periódico, en televisión o en cine, tiene detrás un cerebro que la ha pensado, realizado, manipulado y presentado en sociedad. Toda imagen tiene una intención, y la publicidad en mayor medida, ya que en su misma naturaleza está el

vender o el convencer.

Es importante por lo tanto descubrir las intenciones de las cabezas pensantes, con el fin de aceptar lo que la publicidad supone de beneficioso y también aquello que puede ser engañoso, para poder defenderse de ella.

Por otra parte, no todos los anuncios son iguales ni se reproducen en el mismo medio. No se realiza un anuncio de la misma forma en prensa, en radio, en televisión que en vallas, carteles, buzones, o por correo. En cada caso, los elementos que suponen un análisis denotativo, deben plantearse a partir de las propias técnicas de elaboración de la publicidad.

1.5. Hasta las piedras hablan

Es un decir; en un cómic, si vemos una piedra a cierta distancia y por encima de la cabeza de un individuo, con unas líneas que señalan su caída, inmediatamente interpretamos que la piedra puede caer sobre el personaje. Todas las imágenes hablan. En publicidad, el lenguaje suele estar estudiado al máximo para que cada elemento hable por sí solo o en conjunto. En publicidad hablan los dibujos, hablan los colores, habla la música, habla la composición y el encuadre. Todo habla, pero hay que ser capaz de interpretarlo. Cuando el mensaje nos entra sin dificultad, quiere decir que el anuncio está adecuadamente hecho. Sin embargo hay que tener cuidado: es necesario realizar una lectura comprensiva a fondo.

La lectura rápida se da cuando nos encaban un spot publicitario en televisión y apenas nos damos cuenta de lo que hemos visto. El anuncio se reitera y con ello podemos intentar descubrir algunos elementos más. Lo importante es grabarlo y analizarlo denotativa y connotativamente, con el fin de que la lectura sea consciente y profunda.

2. Coger el toro por los cuernos

2.1. Más vale prevenir que curar

He oído a padres y a miembros del profesorado «hay que eliminar la televisión, la publicidad, el vídeo...». Es una utopía solamente

pensarlo y un contrasentido científico e histórico. Los medios de comunicación de masas están ahí, incluida la publicidad que los sustenta económicamente, y no hay posibilidad, aunque quisiéramos, de evitarla.

Podemos, sin embargo, intentar que no nos gane. Debemos, incluso, ganarle la mano a ella utilizándola en nuestro propio beneficio. Si llevamos la publicidad a las aulas y la desmenuzamos, analizamos y comprendemos, es posible que nos sirva para conocer mejor la sociedad en la que vivimos; nos informará, nos servirá de acicate creativo, y si cabe el caso, crearemos de ella lo estrictamente necesario, no dejándonos embaucar.

2.1. Cuando el río suena, agua lleva

Es conveniente comenzar por el análisis de un solo anuncio, para acostumbrarnos a ver en primer lugar lo que a la vista está. Más tarde analizaremos lo oculto, lo camuflado, la posible intencionalidad. No olvidemos que todo análisis que realicemos, a no ser que tengamos datos aportados por quienes lo realizaron, va a ser eminentemente subjetivo. Es la interpretación subjetiva la que hace que el anuncio nos impacte de una forma o de otra, y nos lleve a aceptar un producto o una idea.

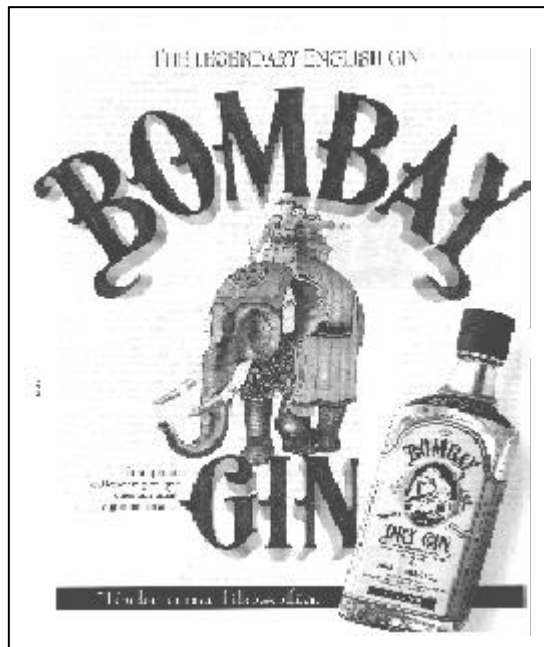
Vamos a elegir un anuncio: *Bombay Gin*. Puede empezarse realizando una lectura de impacto.

¿Qué me sugiere?, ¿me gusta, no me gusta?, etc. Más tarde hay que mirarlo con detenimiento y relatarlo, descubriendo todos los detalles posibles.

Empecemos por el texto: *Bombay Gin*. ¿Qué es y dónde está Bombay? Mirar el atlas. ¿Qué es Gin?, ¿de dónde sale y si tiene que ver algo con Bombay?

En la parte superior, una frase en inglés. Podemos traducirla. Otra frase en la parte inferior, que probablemente es el verdadero anclaje: «Toda una filosofía»; y otro texto más reducido, pero que puede analizarse posteriormente: «Para quienes entienden por qué cuestan más algunas cosas».

La ilustración: un elefante en su parte central; los colores utilizados; las personas del ejército colonial inglés, que van sobre el elefante. Una botella de *Bombay Gin* en ángulo inferior derecho (no es casualidad que esté en el espacio por donde la vista se pasea en último lugar). En la etiqueta de la botella está la Reina Victoria de Inglaterra. Podemos buscar en una enciclopedia su biografía.



El límite del análisis denotativo lo ponemos nosotros y nuestros alumnos. Podemos llegar a realizar un análisis exhaustivo. Lo importante en recabar datos, documentos si es necesario, opiniones, una descripción lo más completa posible.

Y pasamos al análisis connotativo. La interpretación subjetiva que provoca ideas: Imperio británico; una filosofía de tradición; ¿por qué una frase en inglés?; precio más alto apelando a

la calidad; símbolo de distinción de la elite colonial inglesa; la cultura del alcohol; el color dorado puede ser símbolo de elegancia o realeza...

2.2. Por mucho pan, nunca es mal año

Cuando iniciamos a alguien en el análisis de la publicidad es conveniente estudiar campañas completas de un mismo producto. Es la mejor forma de apreciar realmente la intencionalidad de un anunciante, y toda la ideología que puede dar lugar a la campaña.

La última campaña del *Seat Córdoba* es un ejemplo: pensada como una secuencia de imágenes cuyo final era presentar el coche, comienza llamando la atención. «Provocativo», en imágenes en las que una joven enseña su trasero; pasa posteriormente por varias imágenes de partes posteriores; «sobresaliente», de una pareja, «original», el culito de un bebé en brazos de su padre; y por fin la parte de atrás del *Córdoba* «Enseñalo».

Esta campaña produjo escándalo y por lo tanto fue noticia: asociaciones feministas lograron que el Ministerio retirara las primeras imágenes por utilizar de forma indebida el cuerpo de la mujer. Los responsables de la campaña cambiaron dicha imagen por otra en posteriores anuncios. «Potente» un deportista, siempre su trasero. La campaña, a pesar del escándalo, no produjo ningún perjuicio al anunciante ya que el revuelo siempre ayuda a la publicidad.

Recordemos el vídeo-clip de Michael Jackson en el que el escándalo producido «obligó» a suprimir algunas escenas. Todo estaba programado de antemano, y sirvió para dar mayor publicidad a la publicidad.

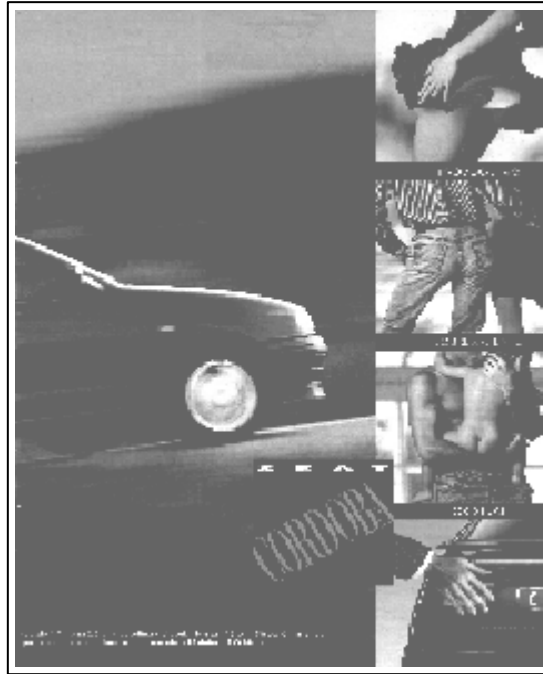
Analizar campañas completas, con todo el historial que se crea alrededor puede ser muy

interesante en las aulas.

En la campaña del *Seat Córdoba* no solamente podemos estudiar informaciones, eslóganes, que tienen que ver siempre con las prestaciones del coche, sino también intenciones que van ligadas al subconsciente de los

consumidores por medio de imágenes relacionadas con lo sexual, la imaginación, el afecto, el deporte, etc. En esta campaña también podemos tener a nuestro alcance la literatura periodística y de revistas que se generó, cuando se rechazó la utilización del cuerpo de la mujer, y la reacción de los ejecutivos de la campaña, retirando parte de la misma. Esto es muy frecuente en la publicidad.

La mayoría de las campañas completas son merecedoras de estudio: La campaña institucional de 1994 de Andalucía es digna de tener en cuenta: eslóganes, fotografía y texto completan el interés hacia una región o zona, con el fin de aumentar el turismo. Sin embargo, con su análisis se puede profundizar en el arte: «Revivirás el pasado en el marco del futuro»; reforzar la geografía: «836 Kms. de costa en mar y océano»; analizar el turismo: «de 0° a 28° en 40 minutos»; adentrarse en la ecología y naturaleza: «La mayor reserva natural de Europa»; estudiar la industria y el avance tecnológico: «Tanto en tan poco tiempo».



de estudio: La campaña institucional de 1994 de Andalucía es digna de tener en cuenta: eslóganes, fotografía y texto completan el interés hacia una región o zona, con el fin de aumentar el turismo. Sin embargo, con su análisis se puede profundizar en el arte: «Revivirás el pasado en el marco del futuro»; reforzar la geografía: «836 Kms. de costa en mar y océano»; analizar el turismo: «de 0° a 28° en 40 minutos»; adentrarse en la ecología y naturaleza: «La mayor reserva natural de Europa»; estudiar la industria y el avance tecnológico: «Tanto en tan poco tiempo».

2.3. No todas las comparaciones son odiosas

Se pueden también comparar anuncios de productos similares: sus diferencias y sus semejanzas o coincidencias. Voy a poner un

ejemplo analizando globalmente algunos anuncios de tabaco. Todos coinciden en presentar el tabaco como algo no dañino para la salud, aunque sea prescriptivo el que afirmen: «El tabaco puede dañar gravemente la salud». Coinciden en presentar en su publicidad personas jóvenes, diversión, naturaleza, salud por los cuatro costados, erotismo suave o más definido (*Fortuna*). Concuerdan en que en ellos nadie fuma, aunque siempre esté presente en algún lugar, fuera de la imagen central, el paquete de tabaco. Los eslóganes tienen que ver con la vitalidad de la juventud, la aventura, el amor juvenil y la alegría. Nunca se ve en ellos a personas mayores, ya que es un colectivo al que no va dirigido.

Difieren en su presentación: para unos la gente joven está en plena aventura (*Camel*); *Winston* nos presenta el genuino sabor americano por medio de personajes famosos (Marilyn Monroe) o situaciones (Niágara, *limousine*, Casa Blanca, El Séptimo de Caballería...), con un anclaje ligado irónicamente a una pareja feliz o escenas juveniles; otros ponen el énfasis en la naturaleza norteamericana de paisajes y caballos (*Marlboro*), de juventud y coches (*Chesterfield*), o de juventud, pareja y motos (*Lucky Strike*).

2.4. El que roba a un ladrón, tiene cien años de perdón

Otro elemento a estudiar en la publicidad es la creatividad relacionada con otros campos del arte o de la técnica. Todo está ya inventado. Toda imagen creativa tiene que ver con otras

anteriores. Se puede trabajar en las aulas buscando semejanzas o fuentes de inspiración.

Ejemplos actuales son el efecto caleidoscopio en un anuncio de medias y en el de *WW Golf*; otros utilizan el cómic, el dibujo animado, la música clásica o de películas, personajes conocidos del público, etc.

2.5. Atracción fatal

Otro elemento a estudiar es el impacto, atracción o repulsión de un anuncio, lo estético analizado de forma subjetiva. La belleza de muchas imágenes publicitarias, la calidad de la realización, los colores, las formas, los encuadres y la utilización de la música. En general todo lo que lleva a que un anuncio nos resulte más agradable o más repulsivo.

Lo informativo de la publicidad también tiene su importancia: ¿qué anuncio refleja mejor o en qué medida la realidad del producto?

2.6. Mirarse el ombligo

Como vamos viendo en estas propuestas de trabajo para las aulas, la publicidad no es solamente «el anuncio». Toda una gama de elementos complementarios se acumulan para que el producto, o su idea, llegue a nosotros.

También los anuncios hacen su propia publicidad. Los anuncios se anuncian. Vamos a

analizar el caso de *Freixenet* en la campaña navideña de 1992. Durante varios meses, los medios de comunicación elucubrarón sobre quién o quiénes pudieran ser los famosos contratados por *Freixenet* para hacer el spot na-



videño. Poco a poco fue adelantándose información sobre ello. Dos actores conocidos: Sharon Stone y Antonio Banderas lo consiguieron. El éxito estaba servido y la comidilla también. Noticias sobre las incidencias del rodaje y la expectación provocada, crearon la necesidad de ver el spot, y sobre todo que *Freixenet* estuviera presente varios meses en la noticia.

Un día, ya en prensa nacional, se hizo publicidad del spot: «Hoy en televisión a las 23,00 horas *Freixenet* presenta a: Sharon Stone y Antonio Banderas en 'Burbujas de Navidad', dirigido por Bigas Luna».

El anuncio comenzó a emitirse. Días después, una revista de difusión nacional regalaba, junto con su número semanal, una cinta de vídeo con el spot completo, además de las incidencias del rodaje y publicidad de *Freixenet*. Se había cerrado el círculo: noticias, spots, prensa, sensacionalismo, las mejores técnicas cinematográficas, un buen director, famosos actores, todo ello participando al servicio de un producto de venta navideña. Ya solamente faltaba vender *Freixenet* en cantidades industriales.

2.7. A la caza del anuncio

Se puede jugar con algunas series de televisión «a la caza del producto anunciado». Es lo que se llama publicidad indirecta, o lo que es lo mismo, una publicidad de la que «ni te enteras». Un ejemplo: la serie de *Antena 3* «Farmacia de guardia». Los clientes llegan y

solicitan determinados productos, nombrándolos por su marca; los personajes se relacionan mientras tienen de fondo -así como quién no quiere la cosa- una marca de *potitos* o de *tampax*; en la calle se aprecia de forma muy

visible la fachada y el anagrama de una conocidísima cadena de comida rápida.

Todo esto se puede analizar también en cualquier programa deportivo, donde no hay lugar que no esté plagado de publicidad, ni camiseta que no la tenga, ni chicas monas que dan ramos de flores y besos a ciclistas que no estén proclamando su marca de fábrica.

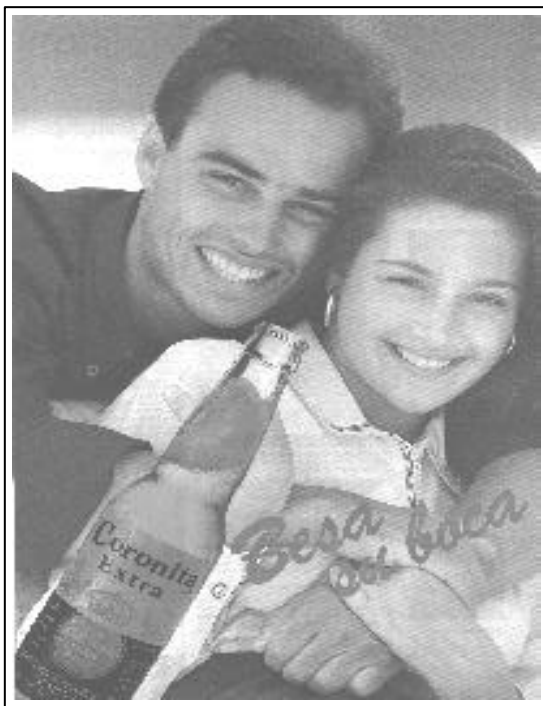
La televisión está financiada casi en su totalidad por la publicidad. Los concursos pueden ser cantera inagotable de encuentro de

anuncios. La presentación de ciclos de películas, de programas debate, de reportajes o documentales. Todo se hace publicitario, todo está pagado por alguna casa, directa o indirectamente.

2.8. Comulgar con ruedas de molino

No voy a entrar en este artículo en la exposición de la subliminalidad pura y dura, ya que hay textos suficientes e información muy actualizada sobre el tema. Sí quiero señalar que la subliminalidad es necesario analizarla en las aulas. Nada, por muy oculto que parezca estar, resiste a un buen análisis, por otra parte muy conveniente de hacer, y que interesa mucho a los alumnos.

A nadie le gusta que le engañen, o que le



camuflen la información y es muy interesante descubrir lo oculto, realizando acciones detectivescas, de comparación, de búsqueda y de investigación sobre dónde está la trampa, o el mensaje escondido, o el aspecto sutil.

Acciones subliminales las apreciamos en muchos anuncios. En los de alcohol suele ser norma general. Hace unos años, *Soberano* era «cosa de hombres». Hoy no existe anuncio de alcohol en el que no esté presente la mujer, incluido el de *Soberano*, ya sea una mano de mujer la que toma la copa o una pareja feliz. En la inmensa mayoría de los anuncios de alcohol, son casi siempre dos copas -no una- las que aparecen, ligadas en la mayoría de los casos a la noche. El publicista intenta sutilmente hacernos entrar en la idea de que el alcohol se toma en compañía y no solamente no disminuye la libido, sino que con unas copas, una pasión puede ser irrefrenable.

Ejemplos de publicidad de alcohol ligada al sexo los tenemos con profusión: «Un hombre, una mujer», de *Voll-Damm*, «cerveza de día copa de noche»; «El día se va, llega *Johnnie Walker*» o «Desde que la noche es noche», utilizando imágenes sugestivas de suave erotismo; «Offley, Apasionante Oporto», en la que una pareja vestida de fiesta se abraza delante de la escalera que supuestamente les llevará a la cama; «Voulez-vous *Cointreau* avec moi?», en la que un joven con un vaso en la mano incita supuestamente a una mujer; «Besa su boca», de Cerveza *Coronita* Extra. Se podrían enseñar cientos de ejemplos de este tipo de subliminalidad. El desafío está en que nuestros alumnos los busquen, encuentren y analicen.

2.9. Dime de qué presumes, para que te diga de qué careces

Las empresas que ven amenazada su imagen por la relación que tienen con la contaminación o la energía nuclear, realizan por lo regular campañas publicitarias en las que ponen el énfasis en la defensa de la naturaleza: «La naturaleza nos merece el máximo respeto» (Grupo *Endesa*), eslogan presentado con fondo de plantas; «¿Más respeto por el medio ambien-

te?», (*Fiat* punto. La respuesta). Puede ser una de las vías de acceso para profundizar en la ética de la publicidad.

2.10. A nadie le amarga un dulce

La publicidad, en la mayoría de los casos es hermosa estéticamente hablando. No olvidemos que a ella se dedican los mejores técnicos y profesionales de la imagen. Por esta razón es interesante aprender a gustarla, a disfrutarla desde un punto de vista creativo, icónico o cinematográfico. Es necesario analizar técnicas de guión, montaje, color, sonido y lenguaje de la imagen en general.

La publicidad utiliza la belleza de los paisajes, de las personas, de los animales. Un Whisky como *Chivas Regal* basa sus anuncios en la elegancia: utiliza el color negro, etiquetas negras, un perro de raza, joyas, mansiones de lujo, obras de arte, etc.

No olvidemos las facetas artísticas de la publicidad. La utilización del color no es aleatoria sino intencionada: el amarillo del fondo de alguno de los anuncios de *Cutty Sark*, el color sanguina en *Ducados*, los colores violentos en determinados anuncios, el color ámbar en ambientes más familiares e intimistas, el blanco y negro para destacar tradición o antigüedad o los colores vivos en ambientes juveniles.

2.11. El silencio de los corderos

En muchas ocasiones los anuncios se planifican sin sonido, para que se les preste mayor atención. El silencio también habla, más aun cuando la publicidad adolece de exceso de ruido y sonidos más altos. El silencio incita a mirar.

La música no es solamente un factor estético. Puede tener un sentido complementario (músicas pegadizas, juveniles), o ser instrumento de subliminalidad para atraer a una determinada generación, melodías de anuncios antiguos (*Cola Cao*) expresadas de diversas formas o actualizadas, bandas sonoras de películas conocidas, clásicas o folclóricas (*Amor Brujo*), o de conjuntos actuales que tienen que ver con la marca anunciada (*Mecano*).

2.12. Lo bueno, si breve, dos veces bueno

El spot publicitario siempre es una historia corta y llamativa. Es la clave principal para su seguimiento. Se convierte así en muchas ocasiones en trampa para la audiencia, incluidos los niños más pequeños.

Los publireportajes pueden llamar la atención una o dos veces; después se evitan. Hay anunciantes que emiten sus primeros anuncios más largos. Al poco tiempo los cortan, o los parcializan, con el fin de que no superen nunca los treinta segundos. Es esencial para su seguimiento.

2.13. Ande yo caliente, ríase la gente

No se pueden dejar de analizar las posibilidades que tiene la utilización de la imagen sexual en publicidad; además de la gran cantidad de ejemplos puestos anteriormente en relación con el alcohol; no hay revista, periódico o sesión de spots de televisión en la que no podamos extraer ejemplos que hagan referencia a lo sexual.

«Póngase caliente», dice *Fujitsu* para anunciar aire acondicionado; «Tómame», dice un joven anunciando *Rives Gin*; «Benedictine se deja...»; «Edén, el perfume prohibido», de *Cacharel*; «Fiesta Mango, Provoa pasiones»; «Ti prometto vendetta», de perfumes *Valentino*; «Sepa cómo seducen cada noche a su mujer en el sofá», para vender «El libro rojo de la publicidad»; «Vulcano en erupción» en la que una joven parece estar quitándole el pantalón a un hombre, anunciando cinturones de piel; «Sus pechos saldrán en *El País*», «Sus testículos saldrán en el país», para decirnos más tarde que también nuestro oído y nuestro esqueleto saldrán en *El País*... en una Enciclopedia Visual.

En la mayoría de los anuncios se explota

el cuerpo de la mujer para proyectar la sexualidad hacia los lectores. Cada día se utiliza más la pareja en posiciones sugerentes o inverosímiles, o el cuerpo del hombre solo, desnudo, el que se inserta en el anuncio publicitario. «Para salir de compras no necesitas más», un hombre desnudo con su *Tarjeta 4B* en la mano; Recordemos las campañas duras de *Benetton*, las ambiguas sexualmente de «Enrólate», de *Cutty Sark*, las agresivas de algunos relojes «Sólo ciertas cosas son capaces de parar el tiempo», de *Festina*, en la que el joven lleva en brazos a la joven en postura muy sugestiva, y dónde -ya que no estaba claro- se dice posteriormente «Horas que se convierten en segundos. Segundos que desearías hacer eternos. Cuando ciertas cosas de la vida paren tu tiempo, confía en un cronógrafo *Festina* para volver a la realidad».

Es fundamental que los alumnos realicen ellos mismos publicidad de todo tipo, con el fin de que aprecien las dificultades de crear practicando lo que diariamente perciben en revistas, televisión y radio.

3. A Dios rogando, con el mazo dando

Es fundamental que los alumnos realicen ellos mismos publicidad de todo tipo, con el fin de que aprecien las dificultades de crear practicando lo que diariamente perciben en revistas, televisión y radio.

El trabajo puede comenzar analizando un spot de televisión ya hecho, para lo que se deberá verlo varias veces, desmenuzarlo hasta el máximo, descubrir la idea principal, escribir el texto, plasmar un posible guión, dibujar el *story board*, y hacer algún comentario crítico al anuncio.

Si se analiza una cuña radiofónica se puede llegar a copiar el texto íntegro.

El trabajo de elaboración de una campaña debe comenzar por elegir o inventar un producto creíble, decidir a quién va dirigido, ponerle nombre, desarrollar la idea principal de la campaña, planificarla, crear guiones y eslóganes, diseñar anagramas y logotipos, redactar textos, *story boards*, elegir o componer la música, y

finalmente dibujar o realizar anuncios, grabar cuñas para radios y filmar spots publicitarios.

4. Quien guarda halla, quien busca encuentra

Sugiero al profesorado hacer una colección lo más completa posible de anuncios de todo tipo, de grabaciones de cuñas radiofónicas y de spots de televisión.

Reunir anuncios de prensa y revistas es indispensable para encontrar en su momento el anuncio adecuado para un tratamiento en el aula. La variedad de anuncios es de tal magnitud, que se puede encontrar casi cualquier situación y ocasión. Por ello es aconsejable actualizar constantemente la colección y clasificarla por temas.

Se decía al comenzar este trabajo que la publicidad es parte de la cultura de nuestro tiempo. De ahí la necesidad de estar al día en ella, más aún cuando se está en contacto con niños o adolescentes. Las técnicas y los estilos cambian, la temática y las formas de presentación varían profundamente de un año a otro. Cada campaña incorpora elementos nuevos e incluye rasgos culturales de gran diversidad y los últimos adelantos técnicos en el mundo de la imagen.

Enrique Martínez Sánchez es pedagogo y tecnólogo de la educación en Almería.

Referencias bibliográficas

AGUADED GÓMEZ, J.I. (1993): Comunicación au-

diovisual en una enseñanza renovada. Propuestas desde los medios. *Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», Aula de Comunicación I.*

ALONSO y MATILLA (1980): *Imágenes en libertad*. Madrid, *Nuestra Cultura*.

APARICI y MATILLA (1987): *Lectura de imágenes*. Madrid, *Ediciones de la Torre*.

BASSAT, L. (1994): *El libro rojo de la publicidad (Ideas que mueven montañas)*. Barcelona, *Folio*.

CEREZO ARRIAGA, M. (1991): *La publicidad*. Sevilla, *Junta de Andalucía*.

CURTIS, DEMOS y TORRANCE (1976): *Implicaciones educativas de la creatividad*. Madrid, *Anaya/2*.

DALLEY, T. (1981): *Ilustración y diseño*. Madrid, *Blume Ediciones*.

DELCLAUX, F. (1988): *El silencio creador*. Madrid, *Rialp*.

GARCÍA MATILLA, E. (1990): *Subliminal, escrito en el cerebro*. Madrid, *Bitácora*.

GUBERN, R. (1989): *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Madrid, *Akal*.

IWINS, W.M. (1975): *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona, *Gustavo Gili*.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1981): *Hacia una nueva concepción de la tecnología educativa*. Madrid, *ICE de la UPM*.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1994): «*Los medios en la cultura y la sociedad actual*», en *Comunica 2*. Huelva, *Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»*

RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J.L. (1977): *Las funciones de la imagen en la enseñanza*. Barcelona, *Gustavo Gili*.

TORRANCE y MYERS (1976): *La enseñanza creativa*. Madrid, *Santillana*.

TORRENTE SIERRA, P. (1984): «*Publicidad y nuevas tecnologías*», en *Nueva Publicidad* 13/16.

VARIOS (1989): *Curso de diseño gráfico*. Barcelona, *Orbis-Fabri*.

VARIOS (1994): *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?* Sevilla, *Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»*.

El cine de ficción es un útil material didáctico por su variedad temática y por su capacidad para presentar conflictos

Cine y enseñanza

Federico Ruiz Rubio

Un análisis en profundidad de los diseños curriculares de Primaria y Secundaria sirve como punto de partida al autor para presentar su propuesta de «el cine en el aula», consolidada por su experiencia como profesor de un Instituto de Secundaria y responsable de un EATP de medios de comunicación, donde realiza un importante trabajo con los alumnos de COU y el medio «cine».

Los medios de comunicación audiovisual se han desarrollado hasta tal punto en las cinco últimas décadas, que constituyen uno de los elementos imprescindibles para entender nuestra sociedad. Sin discutir su indudable aportación positiva, habría que destacar algunos de sus características, tales como la transmisión de referentes ideológicos, con sus consecuentes influencias educativas, y la ordenación arbitraria e inmediata a que someten la realidad. Los medios se configuran, pues, en verdaderos instrumentos conformadores de opiniones y conductas sociales e individuales.

En este sentido, tanto la administración educativa como la propia escuela no pueden soslayar el hecho de que todo proyecto basado en los sistemas tradicionales de enseñanza se encontrará en desventaja frente a los medios de comunicación, en lo que se refiere a su capacidad formativa y educadora, en cuanto que las actitudes y los valores que éstos transmiten pueden entrar en contradicción con los que se pretenden comunicar en la escuela. De hecho, la imagen audiovisual ha llegado a convertirse en un auténtico instrumento de lecto-escritura,

en competencia con la lengua escrita, a la que desbanca con frecuencia en la actividad cotidiana de nuestros alumnos y alumnas.

Resulta inexcusable, pues, instruir en el lenguaje específico de la imagen, utilizado por los medios audiovisuales, para posibilitar en el alumnado una percepción crítica y el desarrollo de respuestas adecuadas al estímulo del medio.

1. El cine, medio audiovisual. Justificación de su estudio

Una de las características del cine, cronológicamente el primer medio audiovisual, es su indiscutida capacidad de fascinar, que se manifiesta en la atracción que ejerce sobre la vista, el principal órgano de percepción y el sentido más receptivo; ello, junto a la sencillez de los códigos que se ponen en juego, el realismo de las imágenes y las especiales condiciones de situación que operan en el acto de comunicación, propicia un alto grado de identificación y participación emocional por parte del receptor respecto al mensaje. La novedad que supone esta alteración en la relación del receptor con el mensaje (McLuhan, 1968), en la que el plano

emocional y afectivo prepondera sobre el intelectual, es de gran importancia para comprender el alcance del cine y algunas de sus funciones histórico-sociales, como su capacidad para transmitir discursos estéticos e ideológicos dentro de la denominada civilización de la imagen, a cuyo nacimiento ha contribuido.

Aunque algunas experiencias pedagógicas se han centrado en el estudio intrínseco del cine, su presencia en las aulas se ha reducido tradicionalmente al cometido de ilustrar determinados contenidos o como forma de entretenimiento, es decir, se ha instrumentalizado en función de necesidades informativas o recreativas, o ambas a la vez, pero sin explorar su estructura en cuanto medio de comunicación.

Y sin embargo, la necesidad de una didáctica del cine se encuentra justificada plenamente por diferentes razones:

- El cinematógrafo constituye una manifestación estética y cultural a la vez que técnica, por lo que puede ser objeto de estudio humanístico, en relación con la literatura, el arte, la lengua o la historia, y de estudio tecnológico.

- Considerado primer arte verdaderamente de masas, su conocimiento es necesario para comprender determinados aspectos histórico-sociales de nuestro siglo.

- Precisamente por su carácter de medio de gran difusión, el cine ha sido y es un sistema transmisor de ideología, de actitudes, normas y valores, a través de un consumo masivo, a veces indiscriminado, en las salas de proyección, que se ha intensificado con la aparición de la televisión, y en los últimos años, con el uso del vídeo. Así pues, es necesaria una formación en el medio para que el espectador pueda tanto descubrir nuevas dimensiones estéticas, como adoptar una postura crítica y activa ante el mensaje.

- En este sentido, el cine puede ser un buen auxiliar en el desarrollo de los currículos transversales, no sólo por ser en sí un bien de consumo, sino también por los contenidos que presenta.

- Por otro lado, el estudio de la imagen cinematográfica es esencial en el estudio integrado de la imagen en movimiento: los códigos cinematográficos constituyen un punto de referencia en el conjunto de los medios de soporte audiovisual, tales como publicidad, vídeo o televisión.

Estos argumentos son suficientes para justificar la inclusión del cine en los proyectos curriculares. El conocimiento del medio es el instrumento que permitirá a los alumnos y alumnas captar con propiedad y precisión y en todos sus matices, los contenidos didácticos propuestos mediante el pase de la película, sea documental o de ficción.

2. El cine en los diseños curriculares

El conocimiento de los medios de comunicación social en general y del cine en particular se encuentra reflejado en los decretos de Educación Primaria y Secundaria y en los anexos correspondientes a los diseños curriculares por los

que se establecen las enseñanzas correspondientes a la educación obligatoria en Andalucía. La aproximación a los medios de comunicación social debe trabajarse de forma interdisciplinar, con un tratamiento global en los primeros años de la Educación Primaria e ir detallando su estudio a partir del tercer ciclo del área, hasta alcanzar un mayor desarrollo en Educación Secundaria Obligatoria.

2.1. Educación Primaria

En esta etapa se contempla el estudio de una serie de prerrequisitos y requisitos que

Resulta inexcusable, pues, instruir en el lenguaje específico de la imagen, utilizado por los medios audiovisuales, para posibilitar en el alumnado una percepción crítica y el desarrollo de respuestas adecuadas al estímulo del medio.

permitirán una posterior profundización en los medios, y en este caso, del cine.

Esta aproximación se realiza fundamentalmente a través de tres áreas:

1. Área del Conocimiento del Medio, concretamente en los contenidos de los siguientes bloques:

- **Educación para la Salud y calidad de vida**, especialmente los contenidos referentes al conocimiento de los órganos de la visión y audición.

- **Educación Tecnológica**. Inicio al uso y consumo de aparatos tecnológicos, con referencia al conocimiento y uso de los aparatos tecnológicos más frecuentes en el entorno cotidiano. Son asimismo importantes los contenidos referidos a los medios de comunicación interpersonales y de masas y al tratamiento de la información.

2. Área de Educación Artística. Uno de los objetivos es el de educar para «saber» mirar, analizar y comprender la imagen con actitud crítica. Destacamos el siguiente bloque de contenidos:

- **Educación Plástica**. El alumnado se inicia en el estudio de la imagen (percepción de formas e imágenes, la expresión y la producción de obras plásticas, morfología y sintaxis del lenguaje plástico).

En los últimos años de la etapa, sería necesario integrar al alumnado en los lenguajes integrados de las nuevas tecnologías (cine, vídeo...).

3. Área de Lengua castellana y Literatura. Según explícita el diseño curricular en su introducción, este área debe contemplar el tratamiento didáctico de los medios por la incidencia que tienen en la vida cotidiana de los niños y niñas desde muy pequeños. En relación a los medios de comunicación, interesa el bloque de contenidos:

- **Sistemas de comunicación verbal y no verbal**. Este bloque inicia al alumnado en el estudio de los medios de comunicación y en el

conocimiento de las formas en que se manifiestan, de forma integrada, ambos sistemas (en cine, televisión, cómic...).

No obstante, el tratamiento de los medios de comunicación social se llevará a cabo también en las otras áreas, fundamentales para el

desarrollo del currículo transversal, sobre todo en lo referente a Educación para el consumo, Coeducación y la no discriminación.

2.2. Educación Secundaria

Son dos los objetivos que interesa destacar en el diseño curricular de ESO:

- Interpretar y producir con propiedad, autonomía y creatividad mensajes que utilicen códigos artísticos, científicos y técnicos.

- Obtener y seleccionar información, tratarla de forma autónoma y crítica y transmitirla a los demás de manera ordenada e inteligible.

A continuación, resumimos brevemente los objetivos y contenidos de algunas de las áreas del ciclo que tratan de nuestro tema, si bien para el estudio del cine interesará la aportación colateral de otras.

1. Área de Ciencias de la Naturaleza.

Los objetivos del área mencionan la necesidad de acceder a distintas fuentes de información, así como al uso de diferentes códigos de comunicación para expresar mensajes científicos. Asimismo alude a los factores sociales y culturales que intervienen en el desarrollo de la ciencia. Interesan particularmente los contenidos referentes a luz y sonido.

2. Área de Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Uno de sus objetivos se refiere al uso de los medios de comunicación como fuente de estas disciplinas. Se desarrollan contenidos referentes a las manifestaciones artísticas y a los medios de comunicación como fuente documental y como objeto de estudio junto a las influencias de los medios en la sociedad.

3. Área de Educación Plástica y Visual. Interesan todos los objetivos y contenidos del

Los medios se configuran, pues, en verdaderos instrumentos conformadores de opiniones y conductas sociales e individuales.

área, pues aluden directamente a la imagen y al cine. En el área se estudian los elementos de la imagen desde distintas perspectivas y en relación con las nuevas tecnologías. Se analizan los valores estéticos de las obras de arte, y en los últimos años de la etapa, se tratan los lenguajes integrados. En cuarto curso se estudia la estructura morfológica y sintáctica del lenguaje cinematográfico, así como el montaje y la composición, el tiempo fílmico, el sonido y otros elementos. Como orientación metodológica se recomienda fomentar la creatividad del alumnado mediante actividades generativas.

4. Área de Ciencias Sociales. La vida moral y la reflexión ética. Las orientaciones didácticas proponen la utilización del cine y de otras manifestaciones artísticas o de los medios de comunicación, como elementos motivadores para trabajar conflictos y dilemas, y como recursos potenciadores de la expresión del sentimiento y de la afectividad.

5. Área de Lengua castellana y Literatura. Entre sus objetivos destacamos el referido al reconocimiento y análisis de los códigos no verbales que se utilizan en los medios de comunicación. El estudio de las relaciones entre los sistemas de comunicación verbal y no verbal se recomienda que se realice en coordinación con el área de Educación Visual y Plástica. También debe tratarse el funcionamiento de los medios de comunicación.

6. Materia optativa de cuarto curso Información y comunicación. Sus objetivos son conocer, analizar, comprender, interpretar, utilizar, valorar las tecnologías de la información y de la comunicación, en el contexto de la comunicación y de sus procesos, con referencia al cine como lenguaje y como medio de incidencia social.

Se hace patente, además, que al estudio

integral del medio sólo podrá accederse desde la interdisciplinariedad. En el caso concreto del cine, esta necesidad metodológica no es más que una consecuencia de sus propias características: una película es el resultado de una colaboración entre distintas disciplinas. El cine es técnica y arte, por lo que la aportación de puntos de vista convergentes en diversos campos, científico, histórico, artístico, literario, lingüístico, ético y tecnológico, es imprescindible para su conocimiento global.

3. El cine en el aula

En el proceso de aprendizaje-enseñanza, adoptaremos con Christian Metz un doble punto de partida (Costa, 1988): enseñanza de la imagen y enseñanza a través la imagen.

Ambos planteamientos exigen una presencia inexcusable en todos los niveles educativos. Por tanto, la función de la escuela en

relación con el cine, tal como se desprende de los diseños curriculares, debe manifestarse en dos actuaciones bien diferentes:

1. Conocimiento de las características del medio cinematográfico.
2. Uso didáctico del material cinematográfico.

3.1. Estudio del medio cinematográfico

1. Recursos técnicos.

Los siguientes contenidos serían objeto de estudio de las áreas de Ciencias de la Naturaleza, Tecnología y Educación Visual y Plástica:

- La cinta de celuloide, su estructura y formatos; la cámara de cine; tipos de objetivos y sus fundamentos ópticos; la iluminación; el registro de sonido y los efectos sonoros, los efectos especiales; técnicas de animación.

2. Procesos humanos que intervienen en la percepción. En su estudio participan funda-

Por su carácter de medio de gran difusión, el cine ha sido y es un sistema transmisor de ideología, de actitudes, normas y valores, a través de un consumo masivo, que se ha intensificado con la aparición de la televisión, y en los últimos años, con el uso del vídeo.

mentalmente las áreas de Ciencias de la Naturaleza, Educación Visual y Plástica y Ciencias Sociales «La vida moral y la reflexión ética»:

- La percepción visual y auditiva; la memoria; los sentimientos y reacciones afectivas; el razonamiento crítico.

3. Proceso de producción, publicidad y consumo. En relación con las áreas de Educación Plástica y Visual, Matemáticas, Tecnología, y con las materias optativas de cuarto curso «Organización empresarial y laboral» e «Información y Comunicación»

El equipo humano; los estudios de mercado y la publicidad; la difusión y el consumo.

4. El lenguaje filmico. En relación con las áreas de Educación Plástica y Visual, Lengua castellana y Literatura y la materia optativa de cuarto curso «Información y Comunicación»:

- Los signos; planificación; los tipos de plano; el encuadre; angulaciones; los movimientos de cámara; la iluminación; el color; los códigos sonoros; los códigos gráficos; los códigos sintácticos; el tiempo; las elipsis; el espacio fílmico; el montaje y sus tipos.

5. El cine como manifestación artística. Materia de estudio de las áreas de Educación Plástica y Visual, Lengua castellana y Literatura, de Ciencias Sociales, Geografía e Historia y la materia optativa de cuarto curso Información y Comunicación:

- Historia del cine; los géneros en el cine; cine y sociedad; relaciones del cine con otras artes: literatura y cómic; La crítica cinematográfica.

3.2. El cine como recurso didáctico. Uso didáctico del material cinematográfico

El cine de ficción no está concebido inicialmente para su uso como material pedagógico. No obstante, puede ser de utilidad por su

variedad temática y por su capacidad para presentar conflictos.

Para un óptimo aprovechamiento didáctico de la película a partir de la cual se vaya a trabajar, es necesario que ésta sea de calidad desde el punto de vista cinematográfico (Guido Aristarco, en Romaguera, 1989), lo que se justifica si tenemos en cuenta el carácter artístico del cine.

La elección del cine de ficción como medio didáctico en lugar de otras posibilidades, dependerá de una serie de factores. Romizowski, Robert Gagné y William Allen (Aparici, 1987), aportan conclusiones desde tres perspectivas diferentes:

- Según los contenidos que se deseen transmitir, en relación con las *características particulares* del medio.

- Según las *posibilidades didácticas* del medio en relación con sus funciones.

- Según la relación de los *estímulos didácticos* del medio con los objetivos del aprendizaje.

Se deduce que la elección del medio audiovisual cine será conveniente en los siguientes supuestos:

- Cuando el objeto de estudio presente cualidades ocultas, sólo manifiestas en su relación con los demás.

- Cuando se tome como objetivo el reconocimiento, imitación o crítica reflexiva de modelos y valores.

- Cuando el objetivo lo constituya un tipo de aprendizaje de identificación visual.

Lilia F. de Menegazzo (Aparici, 1987) refiere una serie

de cualidades que son propias de las imágenes, aprovechables para la didáctica, que podemos aplicar al cine de ficción. Los profesores deberán decidir qué película utilizar según los contenidos de que se trate (señalamos, no obstante, algunos ejemplos de aplicación):

- Películas que permiten estudiar las

La función de la escuela en relación con el cine debe manifestarse en dos actuaciones bien diferentes: el conocimiento de las características del medio y el uso didáctico del material cinematográfico.

diferentes partes de un proceso (*La noche americana* de F. Truffaut, 1973) muestra el proceso de producción de una película).

- También pueden realizarse «observaciones de segundo grado», informaciones no observables a simple vista (*Tiempo de silencio* de Vicente Aranda, 1986) nos muestra la vida en las chabolas dentro de una gran capital).

- Una película puede servir también para comparar aspectos diferentes de una misma realidad o para contrastar diferentes realidades (*Los santos inocentes* de Mario Camus, 1984) para comentar los diferentes registros de habla).

- El cine también permite el acceso a lo invisible y extra-terrestre (*El chip prodigioso* de Joe Dante, 1987, nos muestra el interior del cuerpo humano).

Como condición previa es imprescindible que el visionado de la película se encuentre integrado en el currículo del área correspondiente, con el fin de evitar improvisaciones que impidieran obtener el provecho máximo del material. Asimismo, previamente al pase de la película, es necesario proporcionar al alumnado unos criterios de observación que impidan que se dispersen su atención. Asimismo, es fundamental partir de una disposición previa, receptiva, por parte del alumno. Bastará con que se produzca un acercamiento emocional con la película por parte del espectador (Flores, 1982). Tras el visionado puede realizarse alguna actividad, en función de los objetivos y contenidos que se hayan determinado. Enumeramos algunas de ellas propuestas por Ferrés, (1988) y adaptadas al cine:

- Lluvia de palabras a partir de una palabra clave del tema de la película.

- Fotolenguaje o elección y estudio de secuencias o escenas que más hayan llamado la atención en relación con el tema.

- Entrevista a algún especialista sobre

algún tema que haya interesado de la película.

- Búsqueda de palabras clave del tema.

- Resumen escrito u oral del argumento.

- Reconstrucción escrita/oral de historia.

- Expresión de secuencias en cómic.

- Reelaboración del guión literario y técnico de alguna secuencia de interés, y si es posible, confrontación del resultado con el guión original.

- Redacción de una carta a un personaje de la película.

- Caracterización de personajes.

- Alteraciones en la banda sonora de la película y manipulación de las imágenes.

- Interpretación de roles de fiscal y abogado para enjuiciar situaciones o personajes (en grupos, intercambiando después los papeles).

- Aplicación de *Philipps* 6/6 para debatir temas propuestos.

- Identificaciones y rechazos mediante palabras o frases

escritas libremente en la pizarra con el fin de conocer la actitud de la clase ante algún elemento de la película.

4. Consideraciones finales

Es necesario profundizar en las posibilidades que nos ofrece el currículo para conseguir una integración efectiva de los medios en el sistema de enseñanza, por lo que se deben investigar en el aula los temas tratados hasta aquí, superando el prejuicio de que toda planificación de intervención educativa debe ser perfecta. En este sentido, la afirmación piagetiana de que el error es fuente de aprendizaje, nos convierte en sujetos de la misma dinámica de aprendizaje significativo que deseamos transmitir. Por otro lado, según nos muestra la teoría general de sistemas y la teoría de la comunicación humana, el profesorado forma parte de sistemas abiertos, como son la escuela, que pertenece a contextos educativos reglados, y la

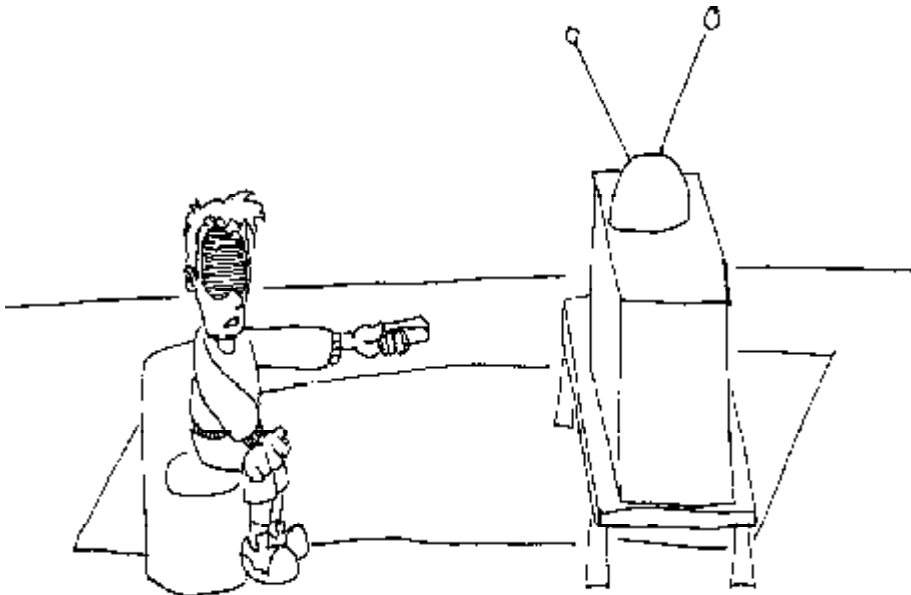
Es necesario profundizar en las posibilidades que nos ofrece el currículo para conseguir una integración efectiva de los medios en el sistema de enseñanza.

sociedad, dentro de contextos educativos no reglados, e interactúa en ambas con las influencias que vienen del exterior, entre otras, las de los medios de comunicación. A su vez, como elemento de la comunicación, está sujeto a sus axiomas (Watzlawick, 1981) y en este aspecto, su posición respecto a los medios es, en la mayoría de las ocasiones, complementaria. Por tanto, el profesorado necesita también convertirse en sujeto de estudio de los medios de comunicación social, ya que se encuentra inmerso y condicionado por ellos.

Federico Ruiz Rubio es profesor del IES de San Juan de Aznalfarache (Sevilla).

Referencias bibliográficas

- ALONSO y MATILLA (1990): *Imágenes en acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa.* Madrid, Akal.
- APARICI, GARCÍA y VALDIVIA (1987): *La imagen II.* Madrid. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- COSTA, A. (1988): *Saber ver cine.* Barcelona. Paidós.
- McLUHAN, M. (1968): *La comprensión de los medios.* México, Diana.
- FERRÉS, J. (1988): *Vídeo y educación.* Barcelona, Laia.
- ROMAGUERA, RIAMBAU, LORENTE y SOLÁ (1989): *El cine en la escuela. Elementos para una didáctica.* Barcelona. Gustavo Gili.
- WATZLAWICK, BAVELAS y JACKSON (1981): *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas.* Barcelona, Herder.



Pablo. Almería '94; para «Comunicar»

Multimedia en educación

Alfonso C. Morón y Diego Aguilar

Abordar el tema del «multimedia» es una tarea que presenta gran dificultad. No por ser un elemento más en el complejo y vertiginoso desarrollo tecnológico, sino por carecer de una definición clara y comúnmente aceptada. Igualmente se utiliza para vender cajones y para guardar discos de diferentes tamaños que se denomina así a una línea de productos de una prestigiosa editorial de libros y material para ordenador. El artículo, pretende no sólo situar al lector en un concepto en constante evolución dentro de la tecnología de la comunicación, sino también considerar cómo éste puede convertirse en un punto de partida para la reflexión sobre las relaciones de la tecnología con la educación, para una necesaria transformación del currículum, una reformulación de los fines de la educación, del papel de las instituciones educativas, de la función y formación del profesor...

El término «multimedia» engloba a todo entorno de comunicación capaz de permitir la combinación en un solo sistema de medios como la imagen, tanto estática como en movimiento, sintética o no, analógica o digital, el sonido y el procesamiento de datos. Su principal característica suele ser la interactividad.

Todo ello nos permite la presentación de la información de una nueva forma más cercana al usuario pudiendo éste seleccionarla, combinarla, estructurarla a medida. Es posible navegar por la información, almacenar en muy poco espacio gran cantidad de fotografías o documentos y obtener casi instantáneamente imágenes y datos de ellos a la vez que datos sobre éstos. Proyectar a gran tamaño multitud de imágenes al ritmo de una música, consultar información sobre productos y verlos en una pantalla, desarrollar destrezas en la utilización de herramientas, simular procesos cuyo coste de realización podría ser alto son algunas de las aplicaciones que nos ofrece el multimedia.

Dependiendo del objetivo deseado, el

presupuesto económico, y de otros factores como la mayor o menor distribución, se utilizará un soporte distinto para la información y, en consecuencia, podremos hablar de vídeo interactivo, multivisión, almacenamiento digital...

Interactividad

Normalmente, a la hora de presentar una información videográfica, las imágenes se presentan secuencialmente, con o sin interrupciones. En general, películas, programas de televisión y muchos de los medios de información pueden definirse como lineales y, en ellos, el receptor juega un papel fundamentalmente pasivo.

En un sistema interactivo, la situación es absolutamente distinta y el usuario es directamente involucrado en la recepción de la información. La interactividad informativa en sí, no es algo nuevo. Al pasar de los rollos de papiro a los libros, la Humanidad adquiere la potencialidad de manejar la información en forma interactiva, manifestándose ésta más claramen-

te en diccionarios y enciclopedias, a través, no sólo del acceso puntual, sino también de referencias a otras informaciones.

En la actualidad, el máximo nivel de información interactiva se alcanza a través de la unión de los dos medios de manejo de la información más potentes que el hombre había utilizado hasta el momento:

Por un lado, el ordenador. La máquina de control de máquinas, el medio en que se procesa una información y es capaz de comunicar al exterior mediante sus órganos periféricos, ya sean éstos una impresora o una pantalla de televisión o un brazo que aprieta tornillos en una cadena de montaje.

En el otro, el vídeo. El medio capaz de recoger la realidad, transformarla en señal electrónica y guardarla o transmitirla al instante.

Vídeo interactivo

Éstos son los componentes de un nuevo sistema de manejo de información creado en la década de los ochenta, el vídeo interactivo.

La digitalización de la imagen, la compresión y descompresión de datos a través de algoritmos más veloces, la mayor calidad de presentación en gráficos, vídeo analógico o digital, los nuevos formatos de almacenamiento y la integración de todos los elementos en una sola máquina son las tendencias actuales que conforman el fenómeno multimedia.

Un nuevo entorno de comunicación

El multimedia, por tanto, es un «nuevo entorno de comunicación» que se basa en la explotación conjunta de las posibilidades de la imagen y el sonido y de la potencia del control y almacenamiento de los ordenadores. Esto hace que sea un medio de comunicación más

potente que cada una de las partes que lo componen por separado. Asimismo, se puede

considerar como un nuevo «entorno de aprendizaje-formación», permitiendo actuar como una excelente herramienta, no sólo en la adquisición de determinados conocimientos, sino también en la de actitudes, habilidades y destrezas, necesarios para entender y desenvolverse en nuestro entorno informacional.

Por otro lado, el multimedia es, como ya apuntábamos un nuevo «entorno informativo» que trasforma el modo de acceso a la información audiovisual, permitiendo la interactividad, es decir, la posibilidad de dejar de ser puramente lineal y adaptarse a las necesidades del usuario en cada momento, individual y colectivamente. Es necesario

mencionar que en este sistema es posible conseguir simulaciones de la realidad muy adecuadas para el adquisición de habilidades complejas de alto coste en otros entornos.

Un entorno amigable

La interacción entre usuario/s y máquina, se ha visto modificada con respecto a entornos anteriores en cuanto a calidad, velocidad y modo de acceso. Estos sistemas permiten con facilidad situarse dentro de lo que se ha venido denominando «entornos amigables» debido a la fluidez de la comunicación máquina-usuario en ambos sentidos, gracias a un lenguaje y un sistema de acceso «amigables» y no necesitar una previa formación en el manejo de la máquina.

Es posible comunicar de una manera más eficaz que con otros sistemas clásicos. El sistema permite un diálogo directo con el usuario al que pregunta cuál es la información que desea, siendo posible controlar sus avances en cono-

El término «multimedia» engloba a todo entorno de comunicación capaz de permitir la combinación en un solo sistema de medios como la imagen, tanto estática como en movimiento, sintética o no, analógica o digital, el sonido y el procesamiento de datos.

cimientos u obtener una estadística de las opciones escogidas. Lo que es más, las respuestas tienen una inmediata representación visual. Esta facultad de mostrar a los usuarios las consecuencias de sus acciones es lo que convierte al multimedia en un poderosa herramienta de formación-información.

Aplicaciones

Las aplicaciones de los sistemas multimedia son numerosas si consideramos la variedad de elementos que pueden componer éstos.

Podríamos hablar de actividades dentro del ámbito empresarial de marketing, publicidad y difusión; puntos de venta y catálogos interactivos; cajas automatizadas y cajeros automáticos; e información interna empresarial.

Mediante un sistema multimedia es posible el archivo de imágenes, su localización y sistematización, tanto icónica como documental.

El multimedia facilita y potencia la difusión, la información, enriquece la comunicación. Admite la utilización de elementos lúdicos y recreativos, a la vez que individualiza la transmisión del contenido, permitiendo una mayor o menor profundización en éste. La utilización de imagen y sonido de calidad, junto con las capacidades de los ordenadores la convierten en un excelente elemento de difusión cultural. Así, es posible ver aplicaciones multimedia en mediatecas, exposiciones, bibliotecas, museos y otros lugares de encuentro cultural. También como terminales o puntos de información cultural o ciudadana y en el ámbito del desarrollo turístico con implicaciones tanto informativas como publicitarias. Igualmente, los sistemas multimedia son un elemento ideal en la conservación de documentos o imágenes.

La utilización de este tipo de sistemas no se reduce a la formación, información, cultura u otras aplicaciones de carácter técnico. Su facilidad de manejo, su espectacularidad, la calidad de su imagen y sonido, su interactividad, entre otras características hacen del multimedia un entorno especialmente adecuado para el desarrollo de creaciones lúdicas, artísticas y espectaculares.

Así, los videojuegos, que hasta ahora tenían sólo un soporte de gráficos de ordenador, ven aumentados su realismo y atracción gracias a las posibilidades del multimedia.

Las simulaciones, espacios dramáticos en donde el espectador puede decidir el destino de los personajes o identificarse con uno de ellos, dando lugar así a multitud de guiones creados por el propio usuario, convierten la ficción interactiva no sólo en un instrumento lúdico, sino también creativo y educativo.

La integración de varios medios de comunicación, sus posibilidades de combinación, conlleva la creación de nuevos lenguajes de expresión. Las posibilidades de expresión artística, de instalaciones creativas, se encuentran aún por definir y las experiencias que se han realizado hasta el momento nos inducen a pensar en un amplio mundo de posibilidades.

Uno de los elementos que puede añadir espectacularidad a la comunicación es la llamada «videowall». La combinación de monitores adecuadamente controlados por ordenador,

permite la presentación a gran tamaño de grandes imágenes y de combinación de éstas en diferentes formatos. Además de suponer un enriquecimiento comunicativo, su integración multimedia permite interacciones grupales, añadiendo espectacularidad y enriqueciendo la interactividad con otro elemento, la interacción grupal.

El multimedia facilita y potencia la difusión, la información, enriquece la comunicación; admite la utilización de elementos lúdicos y recreativos, a la vez que individualiza la transmisión del contenido.

La espectacularidad es aún mayor si hablamos de multivisión: uno o varios ordenadores coordinan varios proyectores de diapositivas y sonido, siendo posible la inclusión de imágenes de vídeo, olores y otros efectos especiales.

Y por último, un extenso abanico de posibilidades de aplicación dentro del ámbito educativo tanto formal como no formal.

Aplicaciones educativas

Los sistemas multimedia permiten un aprendizaje activo. No sólo es posible ver y oír, sino también interactuar sobre el objeto de aprendizaje, con lo que éste es más efectivo.

La utilización de estas posibilidades dentro de la educación tanto formal como no formal no constituyen sólo una opción válida, sino que además se trata de cubrir la necesidad de actualizar los modelos de enseñanza-aprendizaje e introducir las tecnologías de la comunicación en la educación.

Dentro del entorno educativo las aplicaciones posibles son muy variadas. Resaltamos tres de ellas por el elevado grado de interactividad, alto nivel de estructuración de información y, por tanto, riqueza expresiva y comunicativa.

· *Simulaciones.* La posibilidad de combinar imagen en movimiento, con las nuevas técnicas infográficas, nos permiten la simulación de cualquier proceso real o no. El alumno controlará las variables y elementos que intervienen en procesos complejos, sin simplificaciones esquemáticas que entorpezcan y distorsionen el aprendizaje.

· *Archivo de imágenes.*

Digital o analógicamente, las nuevas técnicas de almacenamiento de información, nos permiten el archivo de información icónica y el acceso inmediato a ésta. Decenas de miles de imágenes

pueden ser consultadas a partir de un pequeño disco láser. El alumno podrá estructurar y clasificar su entorno informacional, lo que permitirá un mejor entendimiento y uso de éste.

· *Enciclopedias.* Las posibilidades de combinar imagen, sonido y datos de ordenador, de acceder a esta información secuencial o aleatoriamente, nos permite establecer nuevas formas de consulta. La creación de nuevas estructuras de información, nuevas no sólo en su contenido sino en su forma de presentación, permite la estructuración de los contenidos y la inmersión del usuario en dicha información. Esto provoca la adquisición y construcción de una nueva visión de la realidad, de una nueva sintaxis, de un nuevo lenguaje de comunicación.

Aplicaciones en la formación y entrenamiento de personal. Formación permanente y reciclaje. Los sistemas multimedia prestan una importante ayuda en la formación continuada y en el entrenamiento de personal permitiendo una eficaz:

· *Formación técnica,* desarrollándose aplicaciones específicas en cada tarea y permitiendo un rápido procesamiento de la información.

· *Formación conceptual,* comunicando de manera eficaz e individualizada, acomodándose a las necesidades de cada usuario.

· *Formación operativa,* mediante la creación de «interfaces» apropiados es posible simular el manejo de herramientas facilitando el aprendizaje de su utilización.

La introducción de los sistemas multimedia en la educación

Históricamente, la introducción de las nuevas tecnologías de la información en la educación ha estado supeditada al desarrollo de estas tecnologías en otras áreas y no ha sido

Su facilidad de manejo, su espectacularidad, la calidad de su imagen y sonido, su interactividad, entre otras características hacen del multimedia un entorno especialmente adecuado para el desarrollo de creaciones lúdicas, artísticas y espectaculares.

la propia educación quien ha requerido desarrollos específicos a tenor de sus necesidades.

Por otro lado, nos encontramos a lo largo de estos años, con dos corrientes de aplicación sobre las que después insistiremos. En un principio, se habló de máquinas de enseñar, después del ordenador y la EAO. Quienes no querían militar en corrientes conductistas expusieron alternativas en las que los ordenadores no sólo eran instructores sino instrumentos al servicio del aprendizaje. Se habló de LOGO, del descubrimiento y construcción de conocimientos, del desarrollo de proyectos, del de estrategias de resolución de problemas que aportaban los juegos de ordenador... Paralelamente, la escuela intentó asumir lo audiovisual, el diaporama, el vídeo (nuevamente, una corriente «activa» propugnaba que fueran los alumnos quienes también utilizaran estos medios). Más tarde, los dos medios confluyeron, el ordenador y el vídeo dieron paso al vídeo interactivo. Volvieron a repetirse los mismos intentos, los mismos esquemas.

Programas de EAO se trasladaron fielmente al nuevo medio, pensando que era sólo el soporte lo que contribuía a un mayor éxito, a una mayor rentabilidad en la enseñanza. También se hicieron buenos programas donde los alumnos podían obtener información a través de imágenes en movimiento, sonido y datos al instante, a través de simulaciones. Y de repente, llegó la posibilidad de utilizar la imagen digital. Para entonces, el mercado estaba saturado de siglas y estándares. VI, DVI, CDROM, CDROMXA, CDI, Laservision, CRV, MPC...

Muchos proyectos se eternizaron en discusiones sobre cuál era la mejor manera de realizarlos. Muchas empresas, algunas gran-

des editoriales se embarcaron en intentos de producciones para el mercado educativo.

Y mientras tanto, la educación nunca llegó a integrar en sus aulas los audiovisuales, el ordenador no llegó a ser instrumento didáctico, y en países como el nuestro, no se ha llegado a utilizar más el videodisco interactivo porque siempre «va a salir algo más tecnológicamente útil» pero que tampoco se introduce.

Hoy la comunicación es directa y universal, la sintaxis ha cambiado, las claves no son las mismas y a la palabra va siempre asociada la forma y la imagen. Y en las aulas aún sólo huele a papel y tiza, mientras que en la calle las nuevas tecnologías están al orden del día. Pero, ¿cuánto tiempo podrá mantenerse la educación al margen de unos cambios sociales tan rápidos y profundos como los que se están operando ac-

tualmente? Lo lógico si pretendemos una educación con un rendimiento aceptable, una educación conectada con la realidad, es que los distintos niveles docentes incorporen los avances tecnológicos y científicos. El problema, reside en cómo se ha de llevar a cabo para que se obtengan resultados óptimos.

La utilización de los sistemas multimedia en el aula puede proporcionar un cambio fundamentalmente cualitativo y orientado a conseguir los fines idóneos en educación siempre que ésta se haga en la más pura línea de optimización de resultados en el binomio recursos-necesidades, lo cual requiere, como ya apuntábamos, que el sistema educativo imponga las directrices de dicha utilización al sistema tecnológico y no a la inversa. Así, aspectos como el «cómo utilizarlo», «cuándo utilizarlo» y «qué características puede reunir», han de surgir de un planteamiento educativo que cuen-

La utilización de estas posibilidades dentro de la educación tanto formal como no formal no constituyen sólo una opción válida, sino que además se trata de cubrir la necesidad de actualizar los modelos de enseñanza-aprendizaje e introducir las tecnologías de la comunicación en la educación.

ta con las posibilidades actuales de la tecnología y, en función de una serie de consideraciones didácticas, de organización escolar, etc., marque las líneas adecuadas de actuación. Habría que analizar desde una óptica educativa, cuáles deberían ser las características idóneas de un sistema interactivo para la educación.

Como ya hemos visto, existen numerosas posibilidades de utilización de los sistemas multimedia en la educación. Desde su utilización como simple herramienta de trabajo, pasando por utilizaciones como las de información o servicios en grandes centros educativos o la formación permanente del profesorado, etc. Independientemente de estas posibilidades, la introducción del multimedia en la educación, al igual que ocurre con cualquier otra tecnología de la comunicación, puede enmarcarse, básicamente, dentro de dos corrientes de uso.

Una, un paradigma de tipo tecnocrático en donde los resultados que se consiguen, la eficacia. Todo el proceso está enfocado a los objetivos propuestos y a la transmisión de objetivos acabados. Tal y como ocurría con la Enseñanza Asistida por Ordenador (EAO), siguiendo las directrices de Skinner, intenta encauzar al alumno hacia la conquista de respuestas correctas, evitando cualquier posibilidad de error, por pequeña que ésta sea. Ello no permite al estudiante ninguna posibilidad de sustraerse a los contenidos que se le proponen y sin conceder espacio posible a la creatividad o a la imaginación.

Otra, en la que se incluirían todas aquellas aplicaciones en las que el alumno no se ve dirigido por el sistema y en el que se convierte en un herramienta versátil y al servicio de aquél. En este sentido, cabría aquí incluir entre otras, las simulaciones y algunos tipos de juegos. Se trataría, por tanto, de plantear aplicaciones multimedia que ofrezcan al alumno un tipo de

aprendizaje radicalmente nuevo en el que pueda sentirse autor de sus realizaciones, pues las va construyendo paso a paso. Un tipo de aprendizaje que permita un control constante de los resultados y que dé un estatuto positivo al error. Un aprendizaje basado en esquemas de acción familiares, un aprendizaje que facilite la discusión y el intercambio de ideas.

Criterios de implantación de los sistemas multimedia en la educación

Básicamente, podemos establecer seis criterios alrededor de los cuales debe articularse cualquier política de implantación y desarrollo del uso de los sistemas multimedia en la educación:

1. Objetivo psicopedagógico que se persigue, por ejemplo: habilidad específica a entrenar, aspecto psicológico sobre el que se incide, contenido...
2. Estrategias de implantación: individual o grupal, escolar o extraescolar...
3. Estrategias de acercamiento: juegos, secuenciaciones, información previa...
4. Actividad que se realiza para la consecución del objetivo: simulación, juego, búsqueda de información...
5. Papel del docente: especialista en aplicaciones multimedia, evaluador, especialista en comunicación, técnico psicopedagógico, realizador, productor, asesor...

6. Investigación: incidencia sobre factores educativos, influencia de los puntos anteriores en la experiencia, comunicación a otros ámbitos educativos y técnicos.

Uno de los aspectos a considerar es que la implantación de los sistemas multimedia en la educación introduce en las aulas de forma activa la imagen. Esto supone la consideración del binomio imagen-dato como elemento nuevo en el proceso de comunicación en el aula. Dicho de

Obtener instantáneamente información icónica y datos, relacionarlos entre sí, posibilita «navegar por la información», posibilita que el alumno investigue y recorra sus propios caminos.

otro modo, obtener instantáneamente información icónica y datos, relacionarlos entre sí, posibilita «navegar por la información», posibilita que el alumno investigue y recorra sus propios caminos.

A esto habría que añadir el desarrollo de una estrategia para la investigación previa sobre técnicas pedagógicas concretas a utilizar con estas herramientas y los criterios para la implantación progresiva de estas tecnologías en el sistema educativo.

No se trata sólo de adaptar las nuevas tecnologías a lo que existe actualmente en la educación sino de analizar ésta en profundidad, aprovechando las posibilidades de las mismas, transformándolas para que el fruto que se obtenga de estos instrumentos didácticos sea el requerido. En este sentido, el desarrollo de un deseable programa de investigación sobre el tema que nos ocupa debe centrarse en torno a una actualización de todo el currículum. Las tecnologías que se van a emplear, su aprovechamiento e incidencia, no son más que instrumentos didácticos al servicio de dicha idea central.

El docente no debe ser un mero consumidor de ciencia y técnica, un aplicador de recetas. El profesor debe entender la educación como un proceso dinámico, fluido, variable, adaptable en todo momento a las circunstancias, de actitud científica e investigadora y crítico respecto a sí mismo y a lo que le rodea.

Como cualquier tipo de actividad educativa, la utilización de las aplicaciones multimedia en el aula requiere establecer previamente los objetivos psicopedagógicos que se pretenden alcanzar. En este sentido, hay que insistir en que el uso de estas aplicaciones no son un fin en sí mismo, sino un medio o herramienta.

Fundamentalmente, hay que atender a dos cuestiones a la hora de seleccionar estos objetivos: en qué aspectos del desarrollo intelectual y personal se pretende incidir, es decir, qué habilidades cognitivas y sociales son las que se pretende entrenar; y qué tipo de material se quiere que el alumno aprenda, esto es, qué información debe el alumno almacenar una vez

comprendida. Esto condicionará aspectos esenciales del desarrollo de la aplicación multimedia. Por tanto, el desarrollo de los sistemas multimedia para la educación debe partir de consideraciones y necesidades del mundo educativo y no de modas o de imposiciones político-económicas.

Nos encontramos inmersos en una cultura informacional e icónica. Nuevas formas de entender la vida cotidiana requieren de una reformulación de los criterios educativos. Un mundo en complejidad creciente en el que existe un gran desarrollo científico, en el que se da una aproximación, cada vez mayor, entre comunidades y culturas dispares y en el que, en consecuencia, el bagaje de conocimientos que el individuo nuevo debe dominar es cada vez mayor, necesita de una educación orientada a proporcionar un grado elevado de autonomía, una formación cualitativa antes que cuantitativa, de capacidades más que de contenidos y, evidentemente, más comunicativa y humana de lo que es ahora. El dominio de técnicas de manejo de la información, el análisis de la imagen, el desarrollo de habilidades de estructuración de problemas y la capacidad de interpretar, elegir, criticar y procesar la información icónica son algunos de los aspectos de la sintaxis de esta cultura en la que nos hallamos inmersos y que, necesariamente, se han de contemplar en el currículum. De una cultura academicista, formal, desgajada de la realidad y del contexto social, tal y como la conocemos actualmente, se pasaría a una cultura en estrecha relación con la que existe en el entorno educativo, que partiera de dicho entorno para explicarlo, organizarlo, profundizar y actuar sobre él.

Alfonso C. Morón es coordinador del área de vídeo interactivo del Centro de Tecnología de la Imagen de la Universidad de Málaga.

Diego Aguilar es técnico en sistemas multimedia y postproducción videográfica del Centro de Tecnología de la Imagen de la Universidad de Málaga.

La prensa en Bachillerato. Una experiencia interdisciplinar

Lourdes Íñiguez Barrena
José Muñoz Santonja
Teresa de Ory Arriaga

En este artículo se cuenta cómo un grupo de profesores de muy diversas materias, se pusieron de acuerdo y utilizaron la prensa como material auxiliar en sus clases. Esta experiencia se realizó durante una semana de trabajo casi simultáneo.

Durante el curso 1992/93, un grupo de profesores del IB «Macarena» formamos un grupo de trabajo para estudiar la utilización de los medios de comunicación social en nuestras clases, especialmente el uso de la prensa como material didáctico auxiliar. Estábamos muy interesados en esta temática y en fomentar en nuestros alumnos el uso de la prensa escrita.

Partíamos del convencimiento personal de que los alumnos leen muy poco la prensa (desgraciadamente, leen muy poco, a secas). Queríamos, por tanto, fomentar la lectura entre nuestros alumnos y que comenzaran a interesarse por el medio periodístico, más teniendo en cuenta que se iba a elaborar una nueva revista en el Instituto.

Para comenzar nos fijamos dos metas: en primer lugar pasar una encuesta a los alumnos del Centro sobre su relación con los medios de comunicación y particularmente con la prensa, pues queríamos documentar estadísticamente nuestras impresiones. Esa encuesta está todavía en proceso de estudio, aunque tenemos previsto reformarla y volver a pasarla en este curso.

La segunda meta, que es sobre la que

trata este artículo, fue la de organizar una experiencia con la prensa a todos los niveles posibles. Para ello aprovechamos que uno de los temas del programa de COU de Lengua es precisamente el lenguaje periodístico y todos los años se ve en esta asignatura. Este curso lo organizamos de forma conjunta para distintas materias.

Dedicamos al proyecto dos semanas del curso de COU (el año pasado fueron las últimas por problemas de organización) y en ellas estuvimos trabajando en clase todos los profesores que nos apuntamos a la experiencia, exclusivamente con los periódicos que se habían comprado. Se trabajó de esta manera en las clases de Lengua, de Idiomas y de Matemáticas, aunque algún otro compañero estaba dispuesto a apuntarse, pero al final no pudo participar.

Señalamos un día para que los alumnos, por grupos de cuatro o cinco, comprasen tres diarios de gran tirada: *El País*, *El Mundo* y *ABC*, y los trajimos todos a clase.

En clase de Lengua estudiamos sus formatos, su denominación -por ejemplo «país», «diario», «independiente», «de la mañana»-, sus portadas y contraportadas, sus secciones

y distribución -nacional, internacional, opinión, economía, deportes, agenda, etc. Analizamos los titulares, las noticias y comentarios del día en los tres, qué destacaban unos y otros en su portada, a qué asunto dedicaban sus respectivos editoriales, con qué ideología e intención concreta abordaba cada uno las noticias... Comprobar y comparar todo esto resultó muy interesante para los alumnos, que como hemos dicho -incluso en COU- leen muy poco la prensa y, en caso de que algunos lo hagan, siempre es un periódico, la mayoría de las veces en domingo, no tres, contrastándolos.

A continuación, nos planteamos el estudio de los dos bloques: información y opinión. Vimos las características y la estructura de una noticia y de un artículo de opinión; comentamos también los géneros híbridos: las crónicas. No nos olvidamos del tercer bloque, soporte financiero de las empresas periodísticas: la propaganda, el lugar que ocupa en los diarios y su diferencia con la publicidad que se ve en la televisión, por ejemplo (motivo de otro tema del programa de Lengua de COU). El lenguaje y el estilo periodístico, finalmente, nos ocupó buena parte de las dos semanas que dedicamos a la prensa.

Pero, en la prensa hay otros elementos no verbales o mixtos que merecen especial mención y no nos referimos a las tintas, al tamaño de las letras o al número de columnas, etc. con ser muy importantes, sino a las fotografías, los mapas, los gráficos, los organigramas o los cuadros, cuyo apoyo para completar los mensajes de las noticias o los comentarios es cuestionable. Parte de esto se estudió en otras clases.

Así, en clase de Matemáticas, tras conseguir que se sobrepusieran al asombro de que en

dicha materia se pudiese manejar la prensa como material didáctico, comenzamos haciendo hincapié en aquellos aspectos matemáticos que aparecían en todas las secciones fijas del periódico: agenda, economía, deportes, pasatiempos, espectáculos, etc. Resultó curioso

que algunos aspectos evidentes como fechas, numeraciones de páginas, etc. se les pasaran por alto, cuando la prensa diaria es uno de los pocos lugares donde todavía se puede encontrar, por ejemplo, numeración romana.

Posteriormente pasamos al estudio de la información numérica que dan los periódicos en las noticias, informes, publicidad, etc., insistimos en las diferencias entre cantidades exactas (subida del IPC) o aproximadas (asistentes a una manifestación), así como en la utilización de cantidades erróneas o sin justificar, que se basan en la certeza de que los lectores poseen un manejo de las cantidades, que dista mucho de ser la correcta (desgraciadamente el anumerismo de nuestra sociedad es preocupante).

Comparamos la información dada en distintos periódicos, y vimos cómo la misma información se expresa con gráficas opuestas, según se quiera hacer resaltar un aspecto u otro de los datos. También hicimos un estudio de aquellas gráficas erróneas que aparecen con demasiada profusión en la prensa y que llevan generalmente a error a aquellas personas que no son un poco críticas con lo que están observando. Por desgracia, es muy corriente que se utilicen en los medios de comunicación, gráficas mal construidas, unas veces por error no corregido, y otras veces a propósito, a fin de resaltar un aspecto en perjuicio de los demás. Esto suele ser muy frecuente en la publicidad, cuando sólo se nos dan los datos que más interesan al fabricante de los productos (coche, cadena de televisión, deter-

Formamos un grupo de trabajo para estudiar la utilización de los medios de comunicación social en nuestras clases, especialmente el uso de la prensa como material didáctico. Estábamos muy interesados en fomentar en nuestros alumnos el uso de la prensa escrita.

gente, etc.) para destacarlos y diferenciarlos de los productos de la competencia.

Por último, trabajamos en grupo con diversas actividades sacadas a partir de los datos de la prensa. Otras actividades eran de tipo más general y adaptamos alguna otra del temario de Matemáticas del curso.

Por otra parte, en clase de Inglés, asignatura que también estaba en el proyecto, se compraron 7 números iguales de tres periódicos diferentes: *Daily Star*, *The Guardian* y *The Independent*, correspondientes al mismo día.

Los alumnos manejaron los tres ejemplares distintos en grupo, estudiando las secciones, vocabulario básico, formatos, fotos, organización, etc., se hacía hincapié en las diferencias entre un periódico de calidad y otro más popular. Comparamos una misma noticia y su diferente exposición según el periódico que la tratara, trabajamos el vocabulario empleado, las fotos, la descripción de los hechos, etc.

En la última hora dedicada a la experiencia, elegimos un artículo de un tema de interés para debate y lo trabajamos como un texto más de los que hacemos normalmente. Aprovechamos para profundizar en el vocabulario, sintaxis y expresión. Por último, hicimos el debate.

Nuestra compañera de Francés, Raquel Cortijo, también participó en la experiencia con sus alumnos. En estas clases se explicaron las partes constitutivas de un periódico, y posteriormente se estudió la primera página de tres periódicos del mismo día (dos de ellos de una línea parecida y el tercero diferente).

En clases sucesivas se hicieron análisis de artículos de aspecto y contenido totalmente diferentes, según las pautas explicadas y vistas el día anterior. Por último se distribuyeron varias revistas y periódicos entre los alumnos, para que pudieran comprobar las

diferentes presentaciones (portada, organización interior...)

La experiencia se llevó a cabo en distintos grupos, según los profesores que estábamos en el proyecto. En particular en Lengua, se trabajó en los seis grupos de COU que había, en Inglés se trabajó en tres grupos, en Francés con todos los alumnos, y en Matemáticas sólo se planteó este método en dos grupos.

Al estudiar posteriormente los resultados de esta experiencia, nos encontramos principalmente con tres problemas:

- Como había sido al final del curso no dio tiempo de evaluar la experiencia con los propios alumnos, pues prácticamente se acabaron las clases con ella.

- Como se había organizado con cierta precipitación y en unas fechas en que casi todo el profesorado estaba inmerso en la vorágine de exámenes, hubo profesores a los que les hubiese gustado participar y al final no se pudieron «subir al carro», por lo que no fuimos tantos los profesores que trabajamos en este proceso como hubiese sido deseable.

- Nos parecía que con dedicar una sola semana a trabajar con la prensa en clase, aunque fuera de una forma interdisciplinaria, no aprovechábamos adecuadamente las posibilidades que proporciona el tema.

Para solventar estos problemas, este curso tomamos otras directrices de trabajo. En primer lugar coincidimos totalmente con los compañeros Aguaded Gómez y Pérez Rodríguez, que en su artículo «Prensa y medios de comunicación en Bachillerato» (revista *Comunica*, 1) insisten en la importancia de la interdisciplinaria para asumir los medios de comunicación

social en nuestras aulas, por ello, ampliamos nuestra oferta de trabajo a todos los compañeros que se quisieran apuntar y formamos

Es muy corriente que se utilicen en los medios de comunicación, gráficas mal construidas; unas veces por error no corregido, y otras veces a propósito, a fin de resaltar un aspecto en perjuicio de los demás. Esto suele ser muy frecuente en la publicidad.

un Seminario Permanente, compuesto por catorce profesores, todos de Secundaria y de varios institutos. Participan los seminarios de Lengua, Idiomas, Filosofía, Latín, Geografía e Historia, Matemáticas, Física y Química, Ciencias Naturales y Dibujo.

A la hora de elegir curso, solicitamos que el mayor número de profesores que participan del Proyecto, dieran clase en los mismos grupos, así podríamos trabajar interdisciplinariamente con los alumnos desde la mayor cantidad posible de asignaturas y de una forma continuada y no de forma accidental como el curso pasado. Actualmente nos encontramos en esa línea de trabajo y en la fase en que el proceso es mucho más enriquecedor para los componentes del Seminario, por la formación y el intercambio de conocimientos y experiencias, que para

los propios alumnos con los que trabajamos.

Queremos acabar el artículo con un llamamiento a todos aquellos profesores que actualmente se encuentren trabajando en enseñanzas medias y se quieran poner en contacto con nosotros, a fin de intercambiar experiencias, y pedirles que nos escriban al IB «Macarena», c/ Buero Vallejo s/n, 41009 Sevilla; tfno. 4380999.

Lourdes Íñiguez Barrera es profesora de Lengua y Literatura del IB «Macarena» de Sevilla.

José Muñoz Santonja es profesor de Matemáticas del IB «Macarena» de Sevilla.

Teresa de Ory Arriaga es profesora de Inglés del IB «Macarena» de Sevilla.

Incorporación de los medios de comunicación en Educación Infantil

Carlota García Benítez
Inmaculada Escarranza Barragán
Pilar Mancebo Fernández

Esta experiencia está recogida de la programación que se lleva a cabo en el nivel de tres años (84 niños y 3 educadoras) de la Escuela Infantil «Pino Montano» de Sevilla. La metodología desarrollada por este nivel compagina la organización espacio-temporal por rincones del aula, con la globalización a través de cuentos tradicionales y temas de interés cultural que favorecen la motivación del niño.

No siempre resulta fácil disponer de materiales que contribuyan a desarrollar un tema globalizador con niños tan pequeños. Por ello, los medios de comunicación se convierten aquí en herramientas complementarias de múltiples aplicaciones que, por las características sensoriales que proporcionan de imagen, movimiento, color y sonido son capaces de captar con facilidad el interés y atención del niño pequeño, al mismo tiempo que aumentan su receptividad. Además, el carácter lúdico con que se pueden dotar, hacen del vídeo, fotografías, radio-casette, cuento impreso... instrumentos de valiosa utilización didáctica.

Metodología

La necesidad de organizar el aula espacial y temporalmente es inherente a cualquier etapa educativa, pero es de 0 a 6 años donde, por razón de las características evolutivas del niño, el espacio en que se mueve y las actividades que realiza en cada momento, han de ser estructuradas teniendo en cuenta que ambos, espacio y tiempo, contribuyen a la propia organización cognitiva del niño y a la seguridad

emocional que la «rutina» diaria le proporciona cuando se separa, por primera vez, del núcleo familiar para incorporarse al sistema educativo.

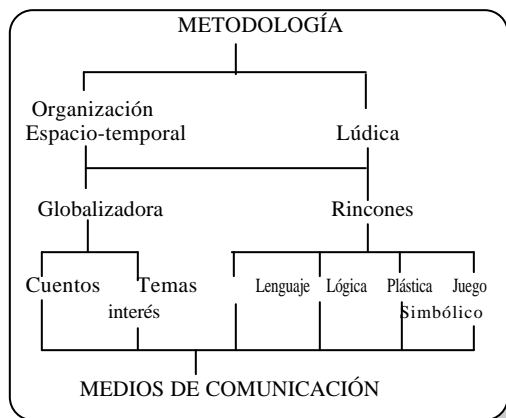
Queda así, el aula estructurada en diferentes zonas o rincones plurifuncionales, mientras que el tiempo de permanencia en la escuela se divide en una secuencia de actividades de carácter dirigido, semidirigido o no dirigido, en las que se pretende dar cabida a las diferentes necesidades, tanto individuales como grupales, dentro de lo que es la programación de base. El niño aporta como instrumento de aprendizaje el *juego*.

El juego reúne para el niño ingredientes de goce, actividad física y mental, riesgo... que le hacen netamente receptivo, mantiene el interés por el juego en sí y para sí, y lo convierte en campo de experimentación donde aprende por ensayo-error, sin arriesgar su autoestima cuando se «equivoca».

La globalización se presenta en esta etapa evolutiva, en la que el niño necesita en el aula de instrumentos organizativos para su pensamiento, como herramienta de contexto, en la que a lo largo de su desarrollo el niño

establece sus propias asociaciones y las ramificaciones de su pensamiento de manera constructivista.

Así, para la realización de esta metodología globalizadora hacemos uso, como hemos dicho, de temas de interés sociocultural, cuya motivación no nace dentro del aula, sino que viene dada por el entorno familiar y social del niño (barrio, ciudad) que son los que despiertan y mantienen el interés. Junto a éstos, los cuentos tradicionales, cuyo valor principal radica en la posibilidad de proyectar el niño sus propios conflictos emocionales en las vicisitudes narradas en el cuento. Principalmente en aquéllos que generan miedos y ansiedades, y que les permiten un acercamiento a esos elementos de conflicto y una más fácil aceptación y resolución de los mismos, a través de la repetida narración dramatizada del cuento (en este caso por la educadora), de los vídeos de dibujos animados del mismo, de la manipulación del cuento impreso por parte del niño, de la audición de cintas con temas musicales y diferentes voces para cada personaje.



Todos los contenidos que posee la programación de un cuento, que según la LOGSE han de ser fijados para la Educación Infantil en función de tres ámbitos de experiencia (Identidad y Autonomía Personal, Medio Físico y Social, Comunicación y Representación) resultan más asequibles y asimilables cuando van

inmersos en un contexto atractivo y motivador, donde todas las actividades y materiales participan de un fin común: posibilitar que el niño pueda construirse a sí mismo en interacción con el entorno que le rodea de forma armónica.

El trabajo globalizador de los cuentos y de los temas de interés se ve complementado con las actividades que los niños desarrollan en los diferentes «rincones» (Plástica, Lenguaje, Lógica y Juego Simbólico), a los que accede, por lo general, libremente y formando pequeños grupos de interacción, en los que dichas actividades suelen ser también libres.

Secuenciación

Todos los cuentos siguen una estructura similar en su desarrollo, y a lo largo de ella van haciendo su aparición los medios de comunicación de que disponemos.

- Antes de comenzar, cada niño aporta a la biblioteca un ejemplar del cuento que va a iniciarse. De él podrá hacer uso libremente dentro del «rincón de Lenguaje».

- La presentación del cuento se produce con una narración enfatizada del mismo por parte de la educadora en la «zona de encuentro», espacio central del aula destinado a actividades de comunicación (asamblea diaria, narración de cuentos, juegos de gran grupo...); dicha narración se repetirá un par de veces por semana hasta la finalización del cuento.

- Realización de fichas, elaboradas por el equipo educativo en función de los rasgos madurativos del nivel. Se trata de que resulten atractivas para el niño y que posibiliten el trabajo de los contenidos propuestos en el tiempo en que se desarrollará el cuento. Con estas fichas se inicia al niño en la utilización de diferentes técnicas de coloreo, pegado, rasgado, moldeo, recorte...

- Iniciación de un gran mural que se irá configurando en los días y semanas siguientes, y que representará una situación significativa del cuento.

- Experiencias relacionadas con el tema central del cuento (culinarias, salidas del centro, actividades realizadas conjuntamente por

varias clases, como la dramatización del cuento por parte de las educadoras con disfraces y teatro de guiñol...).

- Radiocassette. Suele aparecer en diferentes momentos del día para acompañar y estimular en la realización de diversas actividades, ligadas a la percepción auditiva. Con la audición de música clásica, del cuento editado, de canciones infantiles, con la grabación de voces y diálogos entre los niños, o de temas populares, como música de Semana Santa y de sevillanas, se pueden trabajar objetivos tan diversos como la atención y la discriminación auditiva, la memoria, el ritmo o la capacidad de secuencialización temporal de una historia, entre muchos otros.

- Con las diapositivas de temas de interés o del cuento en curso podemos acceder a una técnica que, por ser esencialmente gráfica, visual permite centrar la atención del niño en la imagen, ya que se puede prescindir de la voz que narra, en el momento que nos interese, así como utilizarla para dirigir la atención del niño hacia aquel aspecto sobre el que deseamos hacer una especial reflexión.

Las diapositivas nos permiten trabajar la observación visual al utilizarlas como láminas de observación; la orientación espacial al cuestionar al niño sobre la posición o situación de los elementos que aparecen en imagen, o la secuencialización temporal y gráfica cuando le alteramos premeditadamente la aparición de unas imágenes que no se corresponden con el orden de la narración.

- Fotografías. En el «rincón de Lenguaje» los niños disponen de un álbum al que se van incorporando fotografías a lo largo del curso. Se inicia con fotografías de los niños y sus familias, de los niños trabajando libremente en los rincones, de las salidas al campo o a las granjas, de las fiestas de disfraces, Navidad, cumpleaños...

La interacción con sus compañeros se refuerza positivamente al disponer de este álbum de fotos, en las que el niño se puede identificar a sí mismo, a sus compañeros, a las situaciones que en ellas se describen. Dicha

actividad se caracteriza por el estado de euforia y participación de los niños y conlleva una notable desinhibición del habla, algo que resulta trascendental en la evolución de los defectos del lenguaje, tan comunes a esta edad.

- El vídeo se incorpora al desarrollo del cuento o tema globalizador cuando éste ya está avanzado. El niño posee en esos momentos un gran conocimiento del cuento, con lo que la presentación del vídeo desempeña una función más que de descubrimiento, de fijación de los contenidos que se han ido trabajando previamente. Por ello, el visionado del cuento sigue unas pautas especiales:

· Visionado del vídeo con sonido. Una vez finalizado se cuestiona a los niños sobre lo visto y oído.

· Visionado del vídeo sin sonido (otro día).

El objetivo de este procedimiento es el de ver aumentada notablemente la atención del niño, cuando sigue el desarrollo de las imágenes del cuento sin sonido. La voz de la educadora hace pequeños incisos, puntualizaciones, que ayudan a centrar la atención del niño, y a que organice y fije sus percepciones de forma adecuada.

· El mismo día se suele hacer un visionado completo, es decir con imagen y sonido.

Si bien los medios de comunicación en las etapas propiamente escolares y superiores se convierten en instrumentos de investigación, conocimiento y creación, para el niño preoperatorio en edad preescolar dichos medios se transforman en vehículos, que pueden facilitar el desarrollo de estructuras básicas para el pensamiento, como son la atención, la memoria, la organización perceptiva, el lenguaje, la capacidad de análisis... Siempre, claro está, que la utilización de estos medios se haga de forma planificada y coherente con las necesidades del niño en este período evolutivo.

Carlota García Benítez, Inmaculada Escarranza Barragán y Pilar Mancebo Fernández son profesoras de la Escuela Infantil «Pino Montano» de Sevilla.

EXPERIENCIAS

La prensa en la escuela rural

Rogeli Santamaría Luna

El presente artículo tiene como objetivo básico contar una experiencia en una escuela rural. Consta de varios apartados. Tras una introducción a la prensa en la escuela rural, se localiza la experiencia en su entorno físico y social, después describimos la experiencia en sus dos vertientes: utilización de la prensa en la escuela y realización de una revista escolar. Por último se evalúa la experiencia y se proponen unas mejoras. Además añadimos la bibliografía que utilizamos para definir y desarrollar el proyecto.

Este trabajo se basa en datos obtenidos a partir de la experiencia propia y en la consulta bibliográfica referente al tema. No pretende ser un estudio exhaustivo; más bien al contrario, un resumen de opiniones, sugerencias...

1. ¿La prensa en la escuela rural?, ¿por qué?

El mundo rural vive sumido en el olvido. La vivencia de este olvido es palpable en todas las instancias (personal, municipal...). Sólo se oye el murmullo insistente de las demandas no atendidas, el desánimo frente a lo que venga de fuera (de la capital) o el martilleante «*es como si no existiéramos*».

Si, como docentes, caemos en esta *autoanulación* hemos acabado ya con nuestra labor formadora. Hemos de ser positivos y buscar soluciones a nuestros problemas. Uno de estos problemas es el *olvido aparente* de que somos objeto nosotros y nuestras escuelas. ¿*Cómo romper con este tópico?* Cada centro o cada zona debe buscar *su solución*.

En mi caso, maestro de escuela mixta (unitaria) en el CP «San Vicente de Piedrahita», durante los cursos 1989/90 y 90/91, una de las

soluciones fue el proyecto de prensa en la escuela.

2. Contexto de la experiencia

San Vicente es una aldea de Cortes de Arenoso (Alto Mijares-Castellón). La zona es montañosa, considerada por la CEE *zona desfavorecida de montaña* con arreglo a las directivas de la Unión Europea. La distancia hasta Castellón es de 74 km. que pueden recorrerse en coche particular en hora y cuarto u hora y media.

En San Vicente hay unos 180 habitantes, gran parte de los cuales son jubilados. En el momento de desarrollarse la experiencia había unos 10 niños menores de 15 años.

La población activa censada es principalmente masculina y las principales dedicaciones están ligadas al sector agropecuario, la construcción y el transporte, combinando trabajos. También había cuadrillas que iban al pinar, pero últimamente con el descenso del precio del pino trabajan muy poco en esto.

Las mujeres son el eje básico de la economía de subsistencia (huerto familiar, corral o

pequeña granja). Algunas trabajaron en una pequeña cooperativa textil que con la crisis actual ha cerrado.

A la escuela asistían 6 escolares: 2 de Preescolar-Ciclo Inicial, 2 de Ciclo Medio y 2 de Ciclo Superior.

3. «Prensa-Escola» en CP «San Vicente de Piedrahita»

Antes de llegar al CP «San Vicente de Piedrahita» ya tenía conocimiento de alguno de los programas de alumnos de la *Conselleria de Cultura, Educació i Ciència de la Generalitat Valenciana* y estaba dispuesto a desarrollar algunos, entre ellos el de «Prensa-Escola». Presenté un proyecto reducido que fue aceptado. Esto nos motivó más todavía a desarrollar el proyecto. La subvención económica no llegó durante el curso 1989/90 y fuimos desarrollando las actividades con restricciones, pero al curso siguiente desarrollamos todas las actividades que teníamos previstas gracias a la experiencia adquirida y al apoyo del programa «Prensa-Escola».

La revista de nuestra escuela no se reduce a la realización de algún número ocasional, está incardinada en el Plan de Centro y con ella se pretende:

1. Relacionar actividades de los distintos proyectos del centro (educación ambiental, estudios de cultura popular, fomento de la lectura y escritura...).

2. Motivar a los alumnos para que lean y escriban.

3. Animar a padres y vecinos a participar en los proyectos del centro.

4. Difundir nuestras experiencias a las otras escuelas de la comarca, intercambiando revistas, correspondencia escolar...

5. Romper con el aislamiento de la zona, promoviendo que los alumnos se relacionen con otros entornos y problemas (a partir del trabajo con prensa).

6. Fomentar el desarrollo personal, la autonomía y la toma de conciencia de la propia situación para definir sus actuaciones.

7. Potenciar la colaboración y la respon-

sabilidad en el trabajo en grupo.

8. Mejorar la autoestima, al sentirnos capaces de hacer la revista, de expresar opiniones y experiencias... para no considerarnos olvidados, para *decir que existimos*.

9. Conocer la organización básica de un periódico.

10. Aprovechar la prensa en varios ámbitos (lenguaje, documentación, juegos, plástica, reciclaje...).

A continuación se expone la experiencia en sus dos vertientes: uso de la prensa en la escuela y confección de la revista escolar.

3.1. Utilización de la prensa en la escuela

Nos suscribimos al diario *Mediterráneo* de Castellón, de ámbito provincial, lo cual nos «garantizaba» una información más detallada sobre lo que ocurre aquí.

Antes de comenzar elegimos unos cuantos temas para elaborar nuestro archivo de prensa. Había bloques permanentes y otros ocasionales.

* Bloques permanentes: San Vicente-Cortes, pueblos de la comarca, medio ambiente, reciclaje de residuos sólidos...

* Bloques ocasionales: volcanes y terremotos, investigación espacial, agricultura, carreteras cortadas, accidentes de tráfico, los países del Este, América del Sur y África, el tiempo que hace, la Guerra del Golfo...

Los alumnos de Ciclo Medio seleccionaban los temas permanentes mientras que los de 2ª etapa organizaban los recortes, hacían resúmenes, esquemas... Los temas ocasionales estaban relacionados con las noticias del momento o con los contenidos que estudiaban en clase (confección de informes).

Los alumnos de 2ª Etapa compararon portadas, noticias y secciones de periódicos distintos del mismo día. También hicieron un estudio de la presencia de países del Tercer Mundo frente a los más ricos. Constataron que USA aparecía todos los días, que incluso las noticias de USA se trataban en el periódico algunas veces dándoles más importancia que a las nacionales o europeas y que los países pobres

sólo aparecían en relación con guerras, catástrofes... y casi nunca para «cosas agradables».

En Ciclo Medio se hizo un índice de secciones y un estudio de frecuencia de aparición de pueblos de la comarca frente a los de La Plana. Constataron la *presencia casi nula* del Alto Mijares en la prensa.

Los alumnos de Preescolar y de Ciclo Inicial recortaban fotos, dibujos, titulares... y con todos estos materiales hacían sus propios montajes: palabras, frases, títulos...

3.2. Elaboración de la revista escolar

La idea de realizar una revista escolar no fue mía. En la escuela y durante varios años se había hecho «la revista escolar», una por curso. Era una especie de libro del pueblo con datos, entrevistas, pasatiempos... Se repartía entre los escolares con una tirada de unos diez ejemplares fotocopiados. La fotocopidora era el único sistema de reprografía que conocían los escolares.

Las revistas que hemos hecho han sido elaboradas totalmente por los alumnos, con una colaboración y responsabilidad creciente desde Preescolar a 2ª Etapa. El maestro participaba como uno más haciendo el trabajo que le tocaba (los apartados que tiene asignados) y además colaboraba con los pequeños a la hora de hacer clichés y composiciones.

Antes de hacer las revistas hubo trabajos previos:

1. Hacer una lista de secciones de la revista. Seguimos este proceso: a) lista provisional de secciones; b) comparación de índices de revistas infantiles, juveniles, del corazón, *Tráfico*, *Natura*, periódicos... (partiendo del trabajo de Ciclo Medio); c) lista definitiva de secciones; d) elección de secciones fijas.

2. Elegir temas o ejes centrales para las revistas que publicaríamos cada trimestre.

3. Distribuir las secciones entre los que saben escribir y proponer alternativas de trabajo para las más pequeñas (dibujos, recoger materiales...).

4. Definir la tirada (¿a quién la íbamos a repartir?), poner un tope de páginas, calcular el coste de folios y fotocopias (no disponemos de medios de reprografía). Proponer financiación y elegir el modo de reprografía.

En ese momento presenté algunas revistas escolares. Las vieron, las criticaron, tomaron ideas, se interesaron por los sistemas de impresión empleados (multicopista, máquina de alcohol, limógrafo o coca...). Sólo teníamos posibilidades de hacer una coca (impresión Freinet). La hicimos y comprobamos cómo funcionaba. Quedaron asombrados. ¡Lo podían hacer ellos! ¡Puede hacerse en colores!...

Los trabajos para la revista se programaban con antelación para que las actividades habituales de la escuela

podieran aparecer en la revista sin que ello supusiera sobrecarga. Hicieron cuentos, comentarios de noticias, dibujos...

Recogieron o inventaron pasatiempos, refranes, canciones, poesías, leyendas... Contamos viajes o experiencias, proyectos de la escuela... Se hacían los climogramas de los meses correspondientes...

El primer número tuvo 36 páginas y se hicieron 30 copias. Los otros 3 números tuvieron 25 páginas de promedio y una tirada de 80 copias. Casi toda la revista estaba hecha con la coca y las fotocopias no llegaban a la cuarta parte.

Las secciones principales fueron: el tiempo, la escuela informa, bloque (cuentos, artícu-

Las revistas que hemos hecho han sido elaboradas totalmente por los alumnos, con una colaboración y responsabilidad creciente desde Preescolar a 2ª Etapa. El maestro participaba como uno más, haciendo el trabajo que le tocaba.

los, informes... sobre el tema central), zampalomos (cocina típica), costumbres, nuestras plantas, la cotorra (noticias), noticias breves, entrevista a..., humor, pasatiempos, dibujos, etc.

Algunos temas centrales fueron: la Navidad, el frío y el matacerdo; San Antonio y el Carnaval; la Primavera y Pascua; el Verano y las vacaciones.

No se estableció ningún precio. Las enviamos a algunas instituciones y escuelas (de la comarca u otras con las que hacíamos intercambio). En el pueblo algunos daban «la voluntad» (para fiestas, meriendas...). Se hizo publicidad escasa, por practicar las propagandas y dar a conocer la aldea, las entidades y comercios...

En Plástica imprimimos con patatas, madera, hojas, con imprentilla de juguete... Hicimos estarcidos, difuminados... También hicimos papel reciclado, figuras con pasta de papel y máscaras.

4. Evaluación y propuestas de mejora

La experiencia ha resultado altamente satisfactoria:

1. Los escolares se lo han pasado bien, han aprendido algunas cosas, han colaborado, se han interesado más por su pueblo y su comarca...

2. El maestro ha experimentado cómo, con seis escolares de una escuela unitaria de zona rural desfavorecida, también se puede hacer una revista escolar. Y ha aprendido otras muchas cosas de los niños, de la gente y del pueblo.

3. El vecindario esperaba la revista, sobre todo los más mayores, participaban más, se interesaban por la escuela y lo que se hacía en ella...

4. Las otras diez escuelas de la comarca en

1990/91 hicieron dos revistas, pero en el 91/92 hicieron sus revistas seis escuelas. Comenzaba a extenderse la experiencia.

De haber seguido en esta escuela habría intentado:

1. Aumentar la participación de padres y vecinos, no como informadores o lectores, sino como redactores...

2. Conectar con los jóvenes de la localidad para que participaran en la confección de la revista.

3. Promover revistas no escolares: de asociaciones, comarcales...

4. Potenciar la utilización de recursos de las distintas escuelas para mejorar la calidad gráfica de las revistas, por medio de préstamos o intercambios de materiales: máquina de alcohol, artículos de otras escuelas...

5. Proponer la creación de un Centro de Recursos en la zona...

Rogeli Santamaría Luna es profesor en

CP «C. Sarthou Carreres» de Vila-real de Castellón.

Referencias bibliográficas

CORZO TORAL, J.L. (1986): Leer periódicos en clase. Madrid, Popular.

IEPS (1981): El periódico: un diálogo de la escuela con la actualidad. Madrid, Narcea.

JIMÉNEZ SÁNCHEZ, J. (1983): La escuela unitaria. Barcelona, Laia.

ROQUE y ROTGER (1982): Cómo leer la prensa escrita. Madrid, Escuela Española.

SALANOVA, J. (1983): La escuela rural. Métodos y contenidos. Madrid, Zero-Zyx.

VIOQUE, J. (1984): La utilización de la prensa en la escuela. Madrid, Cincel.

Por su interés también podemos destacar las publicaciones de Comunidad Escolar (MEC) y Papers d'educació (Conselleria de Cultura, Educació i Ciència-GV) referentes a prensa y escuela. El suplemento semanal «Cultura i Aula» del diario Mediterráneo publicaba experiencias escolares, temas sobre prensa-escuela, reportajes de interés educativo...

Objetivos

Los objetivos que nos planteamos al llevar a cabo las experiencias educativas de tipo medio ambiental fueron:

1. Estudiar la problemática generada por los residuos (contaminación del aire, agua, suelo...), sus efectos sobre flora y fauna, los daños de índole socioeconómica y de tipo social, con objeto de que el alumnado se conciencie e identifique en su entorno próximo este tipo de impactos.

2. Definir en qué consiste la gestión de los residuos.

3. Describir de forma sencilla los diferentes sistemas de tratamiento y eliminación, de recuperación de materia y energía, de clasificación y pre-recogida de residuos, para que sean fácilmente asimilables por el joven, así como para que este adquiera una visión crítica frente a los diferentes sistemas.

4. Además de los objetivos anteriores se puso de manifiesto la limitación de los recursos, consecuencia del crecimiento demográfico y de una economía consumista («del despilfarro»). La llamada «sociedad de deshechos» se basa en la hipótesis de que gracias a unas fuentes de recursos inagotables, podremos producir una inacabable cantidad de mercancías al mismo tiempo que los vertederos nos permitirán desembarazarnos de un río infinito de desperdicios (Gore, 1992).

Metodología

La metodología mediante la que fue lleva-

da a cabo la experiencia así como las diferentes propuestas, aparece recogida en la figura 1. La problemática ambiental producida por los RSU

(fig. 2), los temas referentes a la planificación y gestión de los residuos así como los sistemas de tratamiento, eliminación, recuperación y clasificación se estudiaron a través de artículos periodísticos (prensa local, regional y nacional; diarios: *Huelva Información* y *El País*; semanarios de información medioambiental: *Boletín de la Agencia de Medio Ambiente*, *Revista Técnica de*

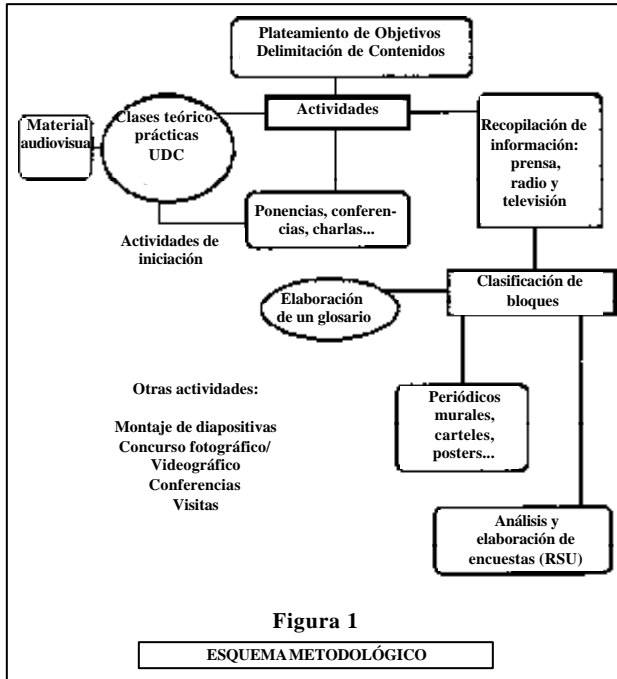


Figura 1

ESQUEMA METODOLÓGICO

Medio Ambiente: Retama).

El trabajo práctico con la prensa en el aula fue llevado a cabo por las alumnas de Unidad didáctica complementaria: *Actualidad Científica* de un Colegio privado de la capital onubense, «Cardenal Spínola», desde los meses de noviembre de 1992 hasta febrero del 93.

Con respecto a las noticias procedimos de acuerdo con los criterios siguientes, establecidos por la UNED, 1992:

A. Selección de las informaciones más significativas

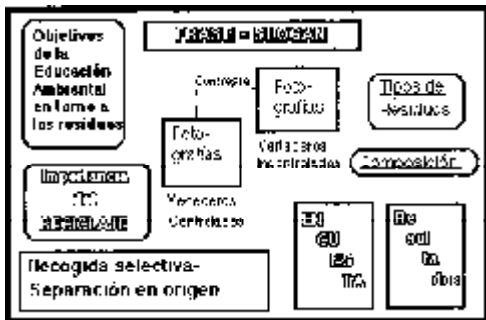
B. Ordenación y clasificación de las informaciones en los siguientes bloques: I. Las «basuras» o «residuos sólidos urbanos»; II. Gestión de los RSU; III. Reciclaje de papel, vidrio, plásticos, aceites y pilas; IV. Política en torno a los residuos: Política nacional: 1. Incineradoras; 2. Participación ciudadana. Política regional; V. Andalucía y los residuos sólidos urbanos: Política local: 1. Vertederos incon-

comunado), consorcios, etc.

Murales

Se establecieron 6 grupos (colegio de la capital), elaborándose uno por cada equipo. Un diseño tipo de estos posters aparece recogido en la figura 4. En ellos se sintetizaban diferentes aspectos relacionados con los RSU como los objetivos de la Educación ambiental en torno a los mismos; ¿Qué es el reciclaje?; artículos de prensa como «La basura», «Reciclarse o morir», «Estudian ubicar una planta de Reciclaje en...». Otros aspectos, como «Relación entre residuos y medio Ambiente», «Clasificaciones y casos particulares de residuos», «Procesos que acontecen en el espacio urbano y en el exterior al urbano», también fueron incluidos en los mismos.

Aparte de las actividades realizadas podía ser interesante que se programasen otras



experiencias (-actividades de iniciación, fig. 1) como pueden ser la celebración de ponencias, conferencias impartidas por personal de la Agencia del Medio Ambiente, Diputación,

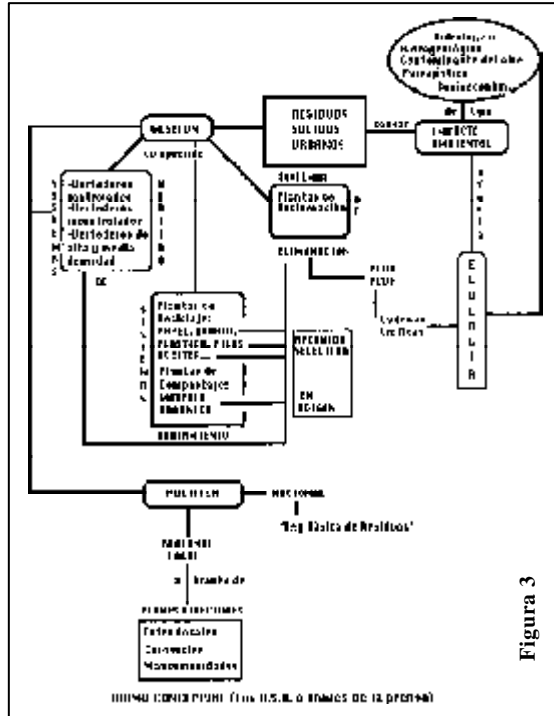


Figura 3

Ayuntamiento, Servicios de Salud, con un debate posterior. La utilización de abundante material audiovisual (transparencias y diapositivas) resultaría muy didáctico a la hora de conocer qué son, qué características muestran los residuos, cómo se clasifican, así como la problemática ambiental que generan. Por otra parte la proyección de documentales de televisión y vídeo con los siguientes núcleos temáticos: «Los aceites usados al bidón», «El papel

usado se usa, salva el bosque», «Para que las pilas nos sigan dando marcha, sé *marchoso* con ellas», «El vidrio usado ahorra energía y agua, no lo tires, somos pobres», «Los plásticos sirven para comer mejor; no los abandones y no los quemes» contribuiría a acercar el mundo de los residuos a los alumnos de diferentes niveles educativos. Finalmente si se dispone de los recursos necesarios sería recomendable la visita a plantas de reciclaje, compostaje o a vertederos controlados (fig. 1).

Federico Luis Clauss Klamp
es profesor del IB «Las Carabelas»
de Palos de la Frontera (Huelva).

Referencias bibliográficas

GORE, A. (1993): La Tierra en juego. Barcelona, Emecé.
ONTORIA y OTROS (1992). Mapas conceptuales, una técnica para aprender. Madrid, Narcea.
SEMINARIO PERMANENTE DE DIDÁCTICA DE LAS CIENCIAS NATURALES (1992): «Repercusión de la actualidad científica transmitida por los medios de comunicación social en el currículum». Huelva, CEP (material inédito).

PROPUESTAS

Participan ocho países iberoamericanos, incluida España

Proyecto «Medios de Comunicación y Educación» de la OEI

Organización de Estados Iberoamericanos. Sevilla, 1994

«El programa 'Medios de Comunicación y Educación' es un intento de mejorar la escuela mediante el establecimiento de una nueva práctica pedagógica basada en el uso de los 'media' para la formación de receptores críticos». En torno a esta idea se han integrado ocho países iberoamericanos: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Perú, Uruguay y Venezuela, que tienen Proyectos Nacionales de 'Medios de Comunicación y Educación', y están realizando proyectos conjuntos. Se han reunido en Sevilla, los días 21, 22 y 23 de marzo de este año, los representantes de estos países, participando como invitados la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía y el Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

Fundamentación

Nadie ignora la presencia de los medios de comunicación en la sociedad actual. La información de que dispone un niño en edad escolar no se la da únicamente la escuela. El aula no es el mundo. Los materiales tradicionales han dejado de ser suficientes y el libro de texto no puede reunir la totalidad de la información.

Un niño pasa a lo largo del ciclo lectivo, más horas ante el televisor que en la clase con su maestro. Por ello los docentes tienen que enfrentarse a un gran desafío: incorporar e integrar los mensajes de los medios de comunicación a su tarea cotidiana y esto con un doble objetivo: familiarizar a los alumnos con los medios y además encaminarlos hacia una reflexión crítica de sus mensajes; e incorporar la realidad inmediata al aula para abrir sus puertas al barrio, la ciudad, el país, el mundo, y así construir un puente entre la escuela y la vida.

Pero esto debe realizarse en el marco de un proyecto educativo que suministre los instrumentos necesarios para hacer un uso conveniente de los medios, de lo contrario el uso de los medios de comunicación en la educación puede quedar reducido a la incorporación de un simple recurso o incluso conseguir objetivos contrarios a sus propósitos.

El Programa «Medios de Comunicación y Educación» es un intento de mejorar la escuela mediante el establecimiento de una nueva práctica pedagógica basada en el uso de los «media» para la formación de receptores críticos.

Para este fin es preciso conseguir que la pedagogía y la comunicación se integren, actuando a manera de herramientas para mejorar las relaciones docente-alumno y escuela-comunidad. Desde el punto de vista de la escuela, el esfuerzo debe estar orientado



a integrar el subsistema de información escolar con el subsistema de los medios de comunicación.

El proceso de formación en el aula, al igual que el surgido en el contexto social, está necesariamente matizado por complejas interacciones de comunicación, tanto directas como indirectas, personales, institucionales o grupales y abiertas o restringidas. Los medios de comunicación son uno de los socializadores del individuo junto con la familia y la escuela, y cumplen la función de «representar» la cotidianeidad mediante una nueva estética y de «representarnos» individualmente mediante procesos de identificación y proyección.

Partiendo de estas premisas, se intenta que la escuela cumpla el cometido de «educar para la educación permanente», teniendo en cuenta la crítica social y realizando esfuerzos para alcanzar una alfabetización en los medios de comunicación.

Para conseguir estos fines hay que incidir en la formación del docente, inicial o continua, porque es a ellos y a la escuela a quien corresponde proporcionar los instrumentos de la organización para que los alumnos aprendan a usar los medios de comunicación.

Objetivos

Objetivo general

Incorporar los medios de comunicación como elementos didácticos en la actividad cotidiana del aula, utilizándolos tanto en los contenidos curriculares como en las actividades que tiendan a la capacitación del niño y del adolescente, a fin de que pueda formular criterios de selección frente a las propuestas de los medios de comunicación, incentivar su interés en la búsqueda de información, estimular su creatividad y mejorar sus estrategias cognitivas.

Específicos:

1. Utilizar los medios de comunicación en

los centros educativos, para hacer de los alumnos receptores y emisores críticos, activos y con capacidad de creación.

2. Utilizar los medios de comunicación para la adquisición de conceptos, habilidades y actitudes.

3. Usar los medios de comunicación para estimular y fomentar las relaciones entre centro educativo y entorno social.

4. Generar procesos para que la comunidad educativa se implique en la tarea formativa frente a los medios y que estimulen la actitud selectiva y la autonomía.

5. Sensibilizar a la comunidad educativa frente al papel de los medios de comunicación en una sociedad democrática.

6. Formar y capacitar a los docentes en el uso de los medios de comunicación.

7. Generar una cultura comunicativa en el centro escolar.

Es preciso conseguir que la pedagogía y la comunicación se integren, actuando a manera de herramientas para mejorar las relaciones docente-alumno y escuela-comunidad.

Principios

1. Transversalidad

Los medios de comunicación se deben trabajar en todas las áreas curriculares y en todos los niveles educativos de forma sistemática.

2. Pluralidad

Supone trabajar con múltiples medios y analizar mensajes que utilizan los diferentes códigos verbales e icónicos.

3. Autonomía

Hace referencia a la capacidad de tomar las propias decisiones por parte de los centros educativos y los propios alumnos y alumnas.

4. Actualidad

Los medios de comunicación introducen la actualidad en las aulas para, a partir de ella, estudiar el pasado y construir el futuro.

5. Anticipación

Lleva a asumir los cambios tecnológicos y los nuevos medios de información y comunicación que puedan ser utilizados en las aulas.

6. Interculturalidad

Conlleva conocer, convivir y ser solidarios con otras culturas y reafirmar la propia identidad.

Desarrollo del Programa

La ejecución del Programa supone la realización de las siguientes actividades:

1. Acciones informativas subregionales con los Ministerios de Educación interesados en este tema a fin de orientarlos en el diseño de un proyecto nacional, la implementación del mismo, su seguimiento y evaluación.

2. Asistencia técnica a los Ministerios de Educación a través de talleres de capacitación para la utilización de los medios de comunicación en la escuela, con los responsables de los proyectos nacionales.

3. Realización de seminarios periódicos con los responsables y técnicos especializados de los proyectos nacionales sobre temas monográficos (formación del profesorado, metodologías, planificación, etc.).

4. Constitución de una «base de datos» sobre experiencias de utilización de medios de comunicación en la educación, expertos, bibliografía y demás ítems que sirvan de apoyo y de intercambio a los proyectos nacionales.

5. Generar una «red» que vincule estos proyectos en el área iberoamericana a fin de potenciar el intercambio de experiencias.

6. Editar una publicación que permita coordinar los proyectos que se desarrollan en los países iberoamericanos e informar a los

docentes sobre las múltiples posibilidades que ofrece la utilización de los medios de comunicación en el aula.

La ejecución del Programa tomará en consideración el grado de avance de los distintos proyectos de uso de los medios que se están desarrollando en diversos países iberoamericanos para vincularlos en el marco de esta concepción global, respetando en todos los casos,

los objetivos, etapas y utilización de los medios específicos que se hubieran propuesto en cada caso.

Se efectuará una evaluación continua que abarcará cada uno de los momentos del Programa. Esta evaluación será efectuada en función de pautas que consideren los resultados en relación a los objetivos, la pertinencia de las estrategias, el cumplimiento de las metas previstas y la asignación de los recursos.

En cada uno de los países que cuentan con proyecto nacional, éstos se están desarrollando de muy diversa forma en función de la adaptación a las propias características socio-culturales y al principio de autonomía del proyecto integrador de la OEI.

En la actualidad, se están realizando proyectos conjuntos entre los que destaca un periódico: «Iberoamérica conoce», una serie audiovisual: «Aprender y enseñar con los medios de comunicación» y una línea de publicaciones que se iniciará próximamente.

En la actualidad, se están realizando proyectos conjuntos entre los que destaca un periódico: «Iberoamérica conoce», una serie audiovisual: «Aprender y enseñar con los medios de comunicación» y una línea de publicaciones que se iniciará próximamente.

**Proyecto
«Medios de Comunicación y Educación»
de la Organización de Estados Iberoamericanos**



PRENSA-ESCUELA

PROPUESTAS

¿Cómo realizar el análisis crítico de una noticia en las aulas?

Comentario de un texto periodístico

Natalia Bernabeu Morón

El análisis de artículos en prensa es un reto, y además, una necesidad tanto en el medio social como en el escolar. Los distintos niveles de análisis crítico de una noticia del periódico se encuentran reflejados en este artículo, cuya autora recorre de forma detallada los aspectos formales y de contenido, proponiendo un modelo de comentario periodístico que bien puede ser utilizado en la Enseñanza Secundaria y en el Bachillerato.

El texto que comentamos es una noticia, aparecida en el suplemento «El País Madrid» (información local) del miércoles 25 de agosto de 1993. En este caso, la fuente de la noticia es el propio periódico, a través de su redactora de calle, Lara Otero.

Es una noticia peculiar, entre otras cosas:

a) Porque manifiesta de forma muy marcada *el punto de vista de la periodista* que la redacta.

b) Porque tiene una *estructura diferente a la de pirámide invertida*.

c) Porque emplea un *lenguaje muy expresivo*, con abundantes recursos estilísticos, que en las informaciones periodísticas no se utilizan o se utilizan con mucha precaución.

Análisis del texto

1. *El hecho* al que se refiere es el siguiente: por segunda vez en quince días se escapan toros en el barrio de Vallecas.

2. *La noticia*: elementos de interés. El hecho es noticiable y resulta interesante por los siguientes aspectos:

a) *Proximidad física*: ocurrió en Madrid.

b) *Actualidad*: es un hecho reciente, relacionado con otro, también reciente, de características similares.

c) *Rareza*: es insólito que se escapen toros dos veces, en el mismo barrio, y en tan corto intervalo de tiempo.

d) *Relevancia*: intervienen personajes, en este caso instituciones, importantes: todos los cuerpos de seguridad del Estado: Policía Nacional, Municipal y Guardia Civil.

e) *Interés humano*: los toros sueltos representan un peligro para la población.

3. *El punto de vista*: De todos los elementos que dan interés al relato, la periodista destaca la rareza. En el desarrollo del relato y en el lenguaje utilizado se resalta lo insólito de la situación, puesto de relieve ya desde el mismo titular.

Teniendo todo esto en cuenta, habrá que analizar más adelante los diferentes procedimientos que se utilizan para destacar lo insólito: rasgos irónicos, humorísticos, personificaciones, elementos caricaturescos, etc.

No hay que olvidar que la noticia no es el hecho sino el relato de ese mismo hecho reali-

EL PAIS

Madrid

Miércoles, 25 de agosto de 1993

Es la segunda vez en quince días que aparecen rosas en el barrio

Catorce novillos 'torean' a la policía en los pedregales de Vallecas

El Gobierno de Vallecas ha celebrado una nueva victoria por parte de los novillos. Después de haber aparecido en el barrio de Vallecas el día 10, los animales se vieron ayer un par de veces más, aunque

esta vez no llegaron a tocar el edificio. Catorce novillos, no se sabe de qué raza, se aparecieron por la zona de los Pedregales del Río (Cerro de San Juan) donde se encuentran los campos que pertenecen al Ayuntamiento de Vallecas.

Los novillos fueron vistos en una zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

A las diez y media de la mañana aparecieron los novillos en un terreno situado por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Los novillos fueron vistos en una zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.



El grupo más numeroso de novillos apareció en la zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Capataz de ganadería

A la cabeza del grupo de novillos que aparecieron en la zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Los novillos fueron vistos en una zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Con los novillos en la zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Los novillos fueron vistos en una zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

Los novillos fueron vistos en una zona de los pedregales del barrio de Vallecas el día 10, cuando se les vio por primera vez. Los animales se aparecieron en un grupo de unos veinte novillos, que se movían por la zona de los pedregales del barrio de Vallecas.

zado por alguien que introduce un punto de vista, una perspectiva que determina nuestra interpretación de lo narrado.

4. *Los tres niveles de lectura:* La lectura del periódico no es igual que la de un libro. El lector, en un primer momento realiza un «barrido» visual de la hoja:

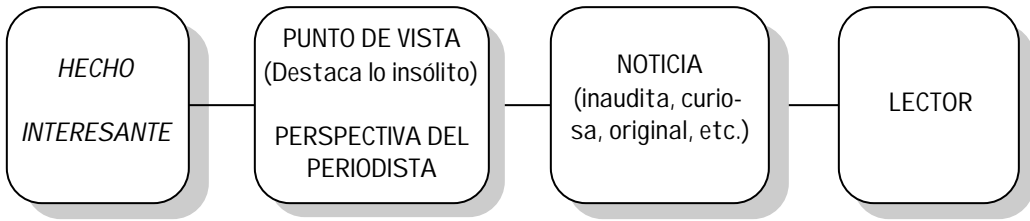
- Retiene el aspecto externo de las informaciones: diferencia entre aquéllas que por su extensión en la página parecen más importantes y las que no, las que aparecen recuadradas o subrayadas por algún elemento que las destaca de las demás, las que tienen los titulares más grandes, etc.

- Lee los titulares, sobre todo los más grandes y llamativos en cuanto al lenguaje que utilizan: una expresión o una palabra puede despertar su interés.

- Mira las fotografías más atractivas.
- Vuelve a observar los titulares que más han llamado su atención y se detiene en los antetítulos y subtítulos, y en los ladillos (pequeños subtítulos que se introducen en el texto cuando éste es extenso y que facilitan y ordenan la lectura) si los hay.

- Lee los pies de las fotos que más le han impactado.

En un segundo momento, una vez hecha



la selección de aquellos textos periodísticos en los que merece la pena detenerse, el receptor del periódico procede a leer las entradillas de las informaciones, reportajes, etc.

Si éstas le interesan lo suficiente, leerá el texto completo.

4.1. Primer nivel de lectura.

La noticia que comentamos llama la atención ya en el primer nivel de lectura:

a) Por su gran extensión: situada en la primera hoja del suplemento, ocupa cuatro de las cinco columnas y cuatro quintas partes de la página. La importancia que el periódico concede a esta información se hace evidente en el tamaño de las letras del titular, en la presencia de fotografía y en el recuadro que enmarca y resalta la noticia.

b) Porque su titular y su ladillos son ingeniosos y llamativos. Todos ellos destacan lo insólito:

Titular: «*Catorce novillos 'torean' a la policía en los pedregales de Vallecas*»

Ladillos: «*Capotazo de gorra*», «*Un valium para un toro*»

Es normal que los toreros toreen (en sentido literal) a los toros. No lo es que los toros toreen (aunque sea en sentido figurado) a los policías.

c) Porque la imagen que acompaña a la noticia refuerza el contenido del titular: aparecen en ella los protagonistas principales de la historia: los toros y la policía.

d) Porque el pie de foto introduce un elemento de interés al humanizar a los toros que «*esperan junto al camino un descuido de los policías*».

4.2. Segundo nivel de lectura.

En el cuerpo de la noticia que nos ocupa se distribuyen nuevos datos de la siguiente

forma, según los párrafos:

1º párrafo: datos esenciales:

- ¿*Cuándo?*: A las 10'30 de la mañana

- ¿*Quién?*: 14 reses

- ¿*Qué?*: campaban a sus anchas por los terrenos próximos a la villa de Vallecas.

2º párrafo: nuevos datos esenciales:

- ¿*Quién?*: los cuerpos de seguridad del Estado. Aparecen como los nuevos protagonistas de la historia. A partir de ahora el **qué** de la noticia parece ser la lucha entre los toros y la policía.

- ¿*Qué?*: envían una docena de coches patrulla para mantener a los «bichos» alejados de la población. La manada se desperdiga.

3º y 4º párrafos: datos secundarios:

- Cinco novillos (descripción de los mismos) esperan junto a un camino.

- Caen una tormenta.

- Los agentes se guarecen.

- Escampa.

- Los astados preparan la fuga.

- Los agentes lanzan capotazos con la gorra.

- Los toros consiguen cruzar la vaguada

5º y 6º párrafos: Se produce un corte en la narración de los hechos para presentar los antecedentes del mismo: una fuga similar de novillos hace quince días en la misma zona.

7º párrafo: vuelta a la narración de los hechos: nuevos datos secundarios:

- Los policías están llenos de barro.

- Consiguen reunir a los toros.

8º párrafo: datos secundarios de mayor interés:

- Llegan los caballos y los ganaderos.

- Los animales están nerviosos.

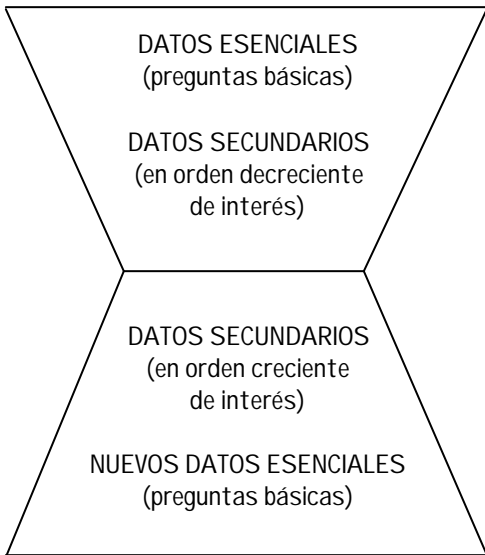
- Les administran un sedante.

Nuevos datos esenciales:

- *¿Cuándo?*: hacia las diez de la noche
- *¿Qué?*: llevaron a los toros a la finca
- *¿Quién?*: se desconoce la identidad de los dueños
- *¿Por qué?*: se desconoce por qué se escaparon los animales.

5. *La estructura de la noticia*: Como hemos visto en la lectura atenta de la noticia, los hechos que se narran se han producido a lo largo de todo un día, desde las diez y media de la mañana hasta las diez de la noche.

La estructura de la noticia no adopta el tradicional esquema de pirámide invertida sino otro más complejo que se denomina «de pirámide truncada». Este esquema estructural es adecuado para conciliar, por una parte, el interés de los hechos y, por otra, la necesidad de dar un orden cronológico al relato. Su representación gráfica sería la siguiente:



En el caso de nuestra noticia este esquema tiene una pequeña variación: introduce entre los dos bloques de datos secundarios un recurso conocido con el nombre anglosajón de «tie-in»: consiste en explicar los antecedentes del hecho o la vinculación del mismo con otras noticias anteriores. El esquema definitivo sería el del gráfico de la página siguiente:

6. *Texto e imagen*: En la noticia que comentamos aparece una fotografía: se refiere

directamente al hecho que se narra y presenta a los dos protagonistas de la historia. Es un complemento de la información que ofrece el texto.

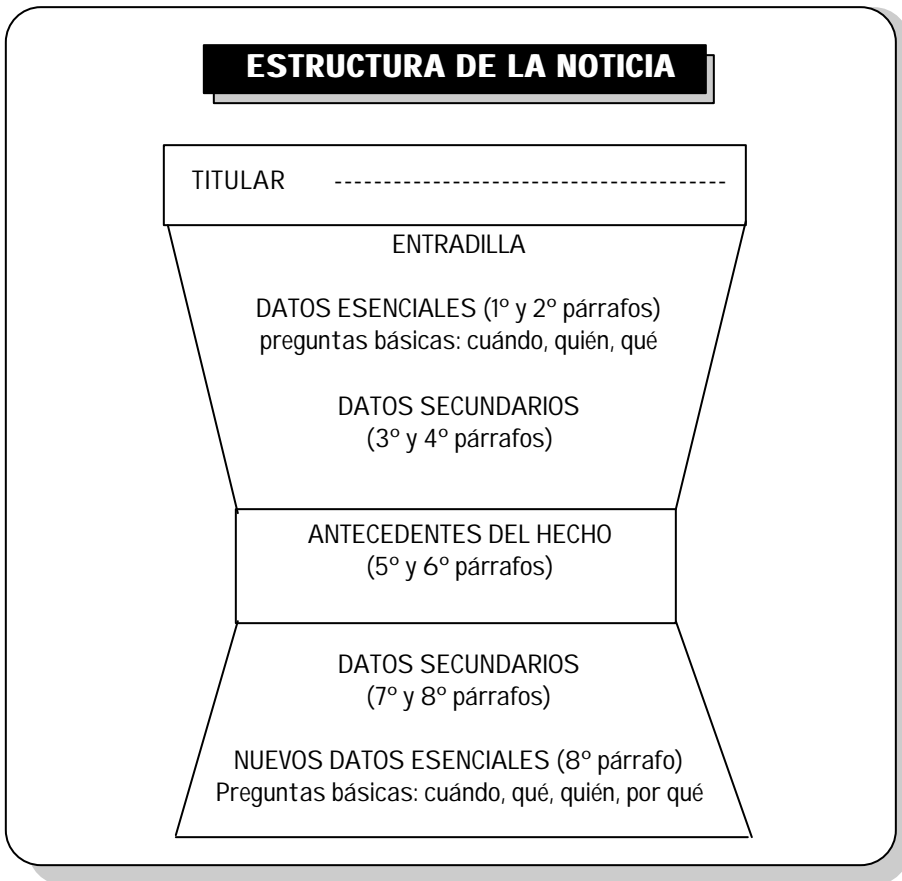
Establece las siguientes relaciones significativas con los textos que la acompañan:

a) *Con el titular de la noticia*: titular y fotografía repiten la misma información (redundancia). El titular: «*Catorce novillos 'torean' a la policía en los pedregales de Vallecas*», pone de manifiesto la superioridad de las reses frente a los policías; información ésta que repite la imagen: los toros aparecen en actitud segura y tranquila, erguidos, en el ángulo superior izquierdo de la foto. Uno de ellos mira directamente al coche de policía que aparece en la zona inferior derecha, algo ladeado, en la parte más baja del camino de tierra y piedras.

b) *Con el pie de foto*: El pie en este caso no es informativo, sino que comenta la imagen ofreciendo una interpretación de la misma: presupone una intencionalidad en la actitud de los toros. Como se ha comentado anteriormente, evidencia el punto de vista adoptado por el informador y persigue despertar el interés del lector (que inmediatamente se preguntará ¿qué pretenden hacer los toros cuando la policía se descuide? y deseará leer el texto completo de la información para salir de dudas).

7. *Lenguaje y estilo*: El texto que comentamos participa de las características del estilo informativo -claridad, construcción que capta la atención- y del estilo ameno (aquél que está a medio camino entre la literatura y el periodismo): los datos de menor importancia son contemplados con agudeza, concisión y acierto, en busca de lo esencial.

A pesar de ser un texto informativo que aporta una serie de datos reales de forma clara y ordenada, introduce un uso muy libre de los recursos expresivos del lenguaje, puestos todos ellos en función del punto de vista adoptado por el narrador. El deseo de destacar lo insólito de la situación le lleva a explotar un tema literario muy antiguo el del *burlador-burlado*: por unas horas la víctima -el toro- se convierte en «verdugo» «toreando» a instituciones tan



importantes como los cuerpos de seguridad del Estado.

De ahí que los protagonistas de la historia aparezcan enfrentados de forma que el tema de la noticia parezca ser la lucha entre ambos y no la escapada de los toros.

Los novillos aparecen en actitud serena, como dominando la situación y dotados de capacidades y sentimientos humanos: la periodista utiliza expresiones que los humanizan: «campaban a sus anchas», «un grupo de novillos se acomodó tranquilamente» «... y aguantó impávido», los astados «prepararon la fuga», «se apostaron...» uno de ellos es «individualista», todos ellos forman una «pandilla», «esperan un descuido de los policías», están nerviosos «porque no acostumbran a recibir tantas visitas»...

En cambio los policías son captados en actitudes que marcan lo ridículo y caricaturesco: se muestran asombrados e impotentes cuando observan que la manada «se desperdigaba ante sus ojos» «no tienen la misma paciencia» que los toros, y «se guarecen en los coches», «lanzan capotazos con la gorra reglamentaria», les tiran piedras... Al final consiguen reunirlos pero tienen «las botas engrosadas con varios centímetros de barro», avanzan «dando tumbos» y van «sin muleta».

Todo el texto está lleno de connotaciones... Como un negativo que se superpone a la escena que se nos narra aparece la *Fiesta Nacional* que tantas resonancias significativas tiene en nuestra sociedad.

Existen en el texto continuas alusiones a ella: Los novillos «torean», Vallecas «ha cele-

brado este mes una peculiar temporada taurina», los agentes «lanzan capotazos con la gorra», «los policías decidieron comenzar el encierro», «sin muletas... consiguieron reunir a los toros»...

Muchos rasgos de humor del texto provienen del cruce que se produce en la mente del lector entre su experiencia cultural de la fiesta taurina y la realidad que se narra:

Contrastan estos dos planos en la oposición:

- Torero (héroe-verdugo) torea (en sentido literal) al toro (víctima)/ toro (héroe-verdugo); «torea» (en sentido figurado) a la policía (víctima). Por unas horas los papeles se han cambiado. O en esta otra:

- Torero (majestuoso) lanza capotazos al toro con la muleta/policía (ridículo) intenta lanzar un capotazo con la gorra reglamentaria. O, por último:

- Torero, con muleta, camina de forma elegante por la arena de la plaza/policía, sin muleta; camina dando tumbos, por el camino pedregoso, con las botas llenas de barro.

Vemos otra connotación en la utilización

del término «bichos» para nombrar a los toros.

Término éste que puede sugerir miedo, repugnancia, temor supersticioso, etc.

La periodista utiliza un lenguaje popular, lleno de frases hechas: «campaban a sus anchas», «sembró el pánico», «darse un garbeo», «última cana al aire», «matar a balazos», «dando tumbos», y alguna frase sentenciosa como: «les llevaron a la finca... de donde nunca debieron salir».

Aparecen también epítetos como «pedregoso camino» o «andarines animales» y circunloquios humorísticos como «pastoreo lapidario» por «a pedradas».

En resumen, el texto, al mismo tiempo que nos aporta la información suficiente sobre los hechos, nos presenta

los mismos con una gran dosis de humor, lo que se refleja en el punto de vista, en el estilo y en el tipo de lenguaje utilizado.

Natalia Bernabeu Morón es profesora de Secundaria y directora del Programa «Prensa-Escuela» del MEC. Madrid.

La estructura de la noticia no adopta el tradicional esquema de pirámide invertida sino otro más complejo que se denomina «de pirámide truncada», que concilia el interés de los hechos con la necesidad de dar un orden cronológico al relato.

La utilización de la prensa como recurso didáctico en Geografía

.....

Ángel Luis Vera Aranda
María Pilar Valero Palomo

El tratamiento que en las Enseñanzas Medias se le da a la ciencia geográfica se caracteriza por tener un enfoque principalmente teórico y en ocasiones, excesivamente memorístico. Las posibilidades de modificar este tratamiento son múltiples y en muchísimos casos altamente interesantes para despertar una mayor motivación en el alumno. En este caso concreto los autores proponen la utilización de la prensa como un recurso didáctico de primer orden para adecuar la actualidad cotidiana a una disciplina en la que la puesta al día de los conocimientos y de las informaciones es fundamental para comprender el desarrollo de nuestro país y del mundo en su conjunto en el momento presente.

Si existe una característica que pueda definir a la disciplina (de la ciencia) geográfica en el nivel de las Enseñanzas Medias debe ser la de primar, básicamente, la actualización de los contenidos y las informaciones que ofrece. Esto está en relación con dos parámetros básicos: los cambios y transformaciones de todo tipo (políticos, sociales, económicos, etc.) que están experimentando en el momento presente tanto el mundo como nuestro país, y en segundo lugar, la necesidad de poner al día los datos estadísticos en diferentes aspectos, fundamentalmente en el ámbito de la geografía humana y económica. Pocas cuestiones quedan tan arcaicas en la enseñanza de las Ciencias Sociales como ofrecer datos demográficos españoles de la década de los años setenta como última referencia, o del empleo de las diferentes fuentes de energía desde principios de los años ochenta, por poner dos ejemplos altamente significativos.

A estos dos puntos antes mencionados habría que añadir un tercero quizás no tan

temporal como espacial: el carácter globalizador de la ciencia geográfica. Generalizando, se podría decir que casi todo es geografía, o para ser más exacto que casi todo se puede estudiar desde una perspectiva geográfica, ya que la mayor parte de los fenómenos que ocurren tienen una repercusión espacial de carácter geográfico.

¿Cuál es la solución más fácil para el enseñante de cara a solucionar estas lagunas que tanto los libros de texto como los manuales especializados presentan? Evidentemente, y en el caso que nos ocupa, la respuesta está en utilizar con bastante asiduidad la prensa dentro del aula. Especialmente de dos formas: por parte del profesor como recopilador de información puesta totalmente al día, y sobre todo, en segundo lugar, con el trabajo por parte del alumnado del material periodístico dentro de la clase: Nada hay más fácil para los alumnos que comprar un periódico determinado durante un cierto espacio de tiempo, y recortar de él noticias sobre un tema concreto, coleccionando esa

información para trabajar con ella en el momento adecuado o en último caso, fotocopiando una noticia o artículo para difundirlo entre toda la clase y poder ser comentada o analizada por todo el colectivo conjuntamente.

Pasemos por tanto a estudiar cuáles son las múltiples posibilidades de aplicación práctica que permite en la explicación diaria dentro de la clase de Geografía, la gran cantidad de datos e información de esta índole que ofrece la prensa en los distintos campos de estudio en los que existen posibilidades de aplicar esta información:

- **Análisis de artículos de opinión** y comentario de los mismos por parte de los alumnos: a título de ejemplo, señalaremos como los más significativos de los aparecidos recientemente: el crecimiento excesivo de la población mundial y las dificultades de alimentar a tantas personas en el Tercer Mundo; la drástica reducción de la natalidad en España y los problemas que ello plantea-
rá en el futuro por la dificultad de hacer frente por parte del Estado al pago de pensiones de la tercera edad; la problemática urbana de las grandes ciudades y de las grandes aglomeraciones urbanas: contaminación industrial, acústica, etc.; la crisis de la reconversión industrial y el aumento del desempleo: casos concretos de conflictos en el ámbito andaluz; el «cambio climático» y sus consecuencias:

el agujero en la capa de ozono sobre la Antártida, la lluvia ácida, etc.; los efectos de los procesos erosivos: la desertización del Sureste peninsular como caso más paradigmático; los planes de ordenación urbana: sus características; la destrucción de un ecosistema tropical: la selva amazónica; la sequía y sus efectos sobre la agricultura y el consumo humano de agua, etc.

- **Gráficos y cuadros estadísticos:** Actualización de los datos demográficos (censo y padrón de 1991, EPA, etc.); información sobre la coyuntura económica: índices y volumen de producción industrial, tráfico comercial, etc; el crecimiento del desempleo, la evolución del IPC, o las estadísticas sobre el PIB; las restricciones de agua: evolución del volumen de las reservas embalsadas en los pantanos: las crisis cíclicas hídricas; Geografía de los servicios: número de turistas que llegan a España cada año y causas que en ello influyen.

- **Cartografía:** las transformaciones en el

mapa de Europa durante la década de los años noventa; las zonas de conflicto o los frentes de guerra en el momento presente en el mundo: Bosnia, Kurdistán, Israel, el Golfo Pérsico, Somalia, Angola, Centro-América, etc.; las modificaciones políticas y territoriales más recientes y los cambios que han supuesto con respecto a la situación reflejada en los Atlas o en los libros de texto de los alumnos.



- **Trabajos de investigación sobre el medio geográfico:** A partir de los datos de temperaturas y precipitaciones que aparecen en la sección de meteorología pueden construirse series climáticas y diagramas ombro-térmicos. En las notas de prensa tituladas: «Aviso a los navegantes» en las que se marcan las zonas de maniobras militares marítimas, aparecen las coordenadas geográficas en las que se desarrollarán y que pueden permitir a los alumnos su localización en un mapa adecuado. En el apartado de «movimiento portuario» se informa acerca de los buques que atracan o salen del puerto, cuál es su procedencia o su destino, su nacionalidad y cuál es el material que cargan y descargan; ello puede servir para elaborar un detallado estudio del tráfico comercial marítimo de aquellas localidades que disponen de puerto de mar o de río. El movimiento demográfico puede también ser estudiado en aquellos periódicos que ofrecen información sobre el número de nacimientos, defunciones o matrimonios que se producen diariamente o

cada cierto tiempo en la localidad, aunque es preciso señalar que para que el registro sea fiable es imprescindible que se publiquen los datos correctos sin omisiones.

- **Utilización de imágenes:** La prensa gráfica permite construir mosaicos fotográficos muy interesantes sobre los problemas urbanos de la ciudad donde reside el alumno. También es posible elaborar murales con una temática específica, por ejemplo: desastres ecológicos y atentados contra el medio ambiente: vertido de petróleo en las costas, incendio de bosques, catástrofes naturales (sequías, inundaciones, terremotos, plagas, etc.). El mapa del tiempo y la previsión meteorológica permiten estudiar fenómenos climáticos: borrascas, frentes, anticiclones, isobaras, etc. Pueden construirse también interesantes *collages* fotográficos sobre viajes y exploraciones: las profundidades marinas, el mundo subterráneo, el vulcanismo, las altas montañas, la vida en las zonas polares, etc.

- **Cuestiones epistemológicas:** Esporá-

El tiempo El País

TEMPERATURAS	VAD-MIN
Granada	14/4
Córdoba	20/7
JUBA	19/9
Málaga	19/9
Almería	14/11
Cádiz	21/12
SÉVILLA	20/9
Huelva	22/8

Cielos casi despejados

Leñemos un anticiclón muy fuerte situado en las Azores y extendiéndose por la Península y Mediterráneo y que mantendrá las altas presiones sobre casi todo el país.

La nubosidad más abundante correspondrá a Cádiz y Melilla. Habrá cielos parcialmente nublados en el litoral oriental, con algún intereso nuboso. Predominarán los cielos casi despejados parte del día en la mitad occidental y zonas del interior. Sejarán vientos moderados de levante en el Baresco y débil en el resto de las costas, y débil del Norte en Sierra Nevada y Sierra Morena, con heladas y formación de hielo en altitudes superiores a los 2.500 metros. Nieblas en Málaga, Granada y Almería. Los temporales, en ligero ascenso.

Deposito: Nubes y nieblas. Vientos: Fuerte, Moderado, Débil, Nulvo. Lluvia: Lluvia, De nieve, Llovizna, Tormenta. Nubosidad: Niebla, Nubosidad, Neblinas.

Mareas. Coeficiente 0,88 y 0,66. Ayamonte. Pleamar: 04.52 y 17.08. Bajamar: 11.03 y 23.14. Huelva. P: 04.45 y 17.07. B: 10.54 y 23.03. Baza. P: 04.49 y 17.07. B: 11.10 y 23.21. Cádiz. P: 14.42 y 16.38. B: 11.42 y 22.53. Juba. P: 04.17 y 16.41. B: 10.03 y 22.18. Almería. P: 04.42 y 16.45. B: 10.09 y 22.23.

Sierra Nevada. Predicción para hoy. Cielos con inter-valos nubosos y neblinas más persistentes por la tarde. Borrascas. Nieve primaveral. Espesor: 60-120 centímetros. Temperatura: 4°. Visibilidad completa. Viento: de 10 a 20 km/h. Pradallana. Temperatura: 0°. Visibilidad completa. Viento: de 10 a 20 km/h.

dicamente aparecen en prensa entrevistas realizadas a personajes destacados en el mundo de la Geografía: David Bellamy, Kevin Lynch, Eduardo Martínez de Pisón, etc.; el análisis de las mismas puede aportar numerosos conocimientos al alumnado sobre la ciencia geográfica, respondiendo a cuestiones como: ¿qué es la geografía en la actualidad?, ¿de qué cuestiones se preocupa por investigar?, etc. También es posible deducir otra serie de temas como nuevas corrientes de trabajo en la Geografía: la geografía de la percepción (encuestas, artículos, etc.), la geografía militar (el desarrollo de los aspectos técnicos: fotointerpretación, teledetección, etc. utilizados en la Guerra del Golfo). Las dificultades de la profesión del geógrafo analizadas desde la perspectiva periodística, etc.

-La Geografía descriptiva: El estudio de la situación en el momento presente de diferentes áreas del mundo: problemática que presenten, transformaciones, etc.; artículos sobre viajes, ocio, turismo, parques naturales; publicidad, etc.

Las conclusiones a las que podemos llegar sobre la utilización de la prensa como recurso didáctico para estudiar la asignatura de Geografía son varias, y todas ellas muy positivas como a continuación veremos:

1. Desarrollar el espíritu crítico de los alumnos ante las informaciones periodísticas de carácter geográfico que se reciben; analizando la validez o falsedad de dicha información contrastándola con otras fuentes de carácter científico que el profesor o el propio alumno aporte. Por otra parte, permite que éste adopte una postura de carácter personal en pro o en

contra de la noticia que se analice, permitiendo esto la realización de interesantes debates en la clase. El alumno trabaja con lo cotidiano y con la realidad actual, y no con los complicados modelos teóricos que el profesorado ofrece frecuentemente a los que aprenden.

2. La prensa convierte en algo vivo a la Geografía, e incluso podría llegar a afirmarse que viceversa. La asignatura, de este modo, no sólo se convierte en una mera acumulación y memorización de conocimientos, ya que el alumno trabaja con lo cotidiano y con la realidad actual. Podría añadirse también, aunque resulte algo especialmente obvio, que con esta puesta al día de información y conocimientos, se está fomentando a su vez algo tan poco habitual pero tan imprescindible entre el alumnado, como es la lectura diaria del periódico.

3. Permite poner al día los conocimientos en la clase, ya que desgraciadamente los libros de texto no siempre los presentan muy actualizados. Por otra parte, es incluso posible apreciar la temporalidad tan breve de la información periodística, pues determinadas noticias quedan totalmente obsoletas a los pocos días de haber aparecido. Ello puede servir además para trabajar con los alumnos el tema de «el mundo en mutación continua», justificando la experiencia ante la extremada rapidez con que, en determinados casos, se producen los cambios.

Angel Luis Vera Aranda es profesor del IB «V Centenario» de Sevilla.

M^a del Pilar Valero Palomo es profesora del IB «Mateo Alemán» de San Juan de Aznalfarache (Sevilla).

Diseño curricular para Educación Secundaria

Unidad didáctica: la publicidad

Pilar Guerrero Serrano
M^a Adela Moyano Conde

«La opción por un currículo abierto hace posible que cada centro adecúe la respuesta educativa a su contexto favoreciendo el contacto con la realidad y el partir de problemas reales y próximos con posibilidad de incidir en su transformación» (Álvarez y Jiménez, 1992). Las autoras de este artículo proponen una unidad didáctica para el tercer curso de ESO -adaptable a cualquier otro- que se fundamenta en los principios de la actual generalización de la Reforma educativa y en la necesidad de utilizar y analizar críticamente, los medios de comunicación, en este caso la publicidad.

La educación acontece en un marco social y pretende el perfeccionamiento del individuo como persona, y la inserción activa y consciente del ser personal en el mundo social. Es un proceso individual, permanente y recurrente a lo largo de la vida de la persona.

La sociedad ejerce una influencia cada vez mayor sobre el centro educativo. Los *mass-media* influyen poderosamente en el proceso formativo de los jóvenes. Por tanto, las comunidades educativas no han de ignorar estas influencias, sino asumirlas y transformarlas. Las interacciones mutuas que se generan pueden y deben determinar la vida de ambas.

En cuanto a la realidad cultural (lenguaje, arte, ciencia...) nos encontramos con una información en permanente cambio, transmitida por múltiples conductos (*mass-media*). La cultura audiovisual permite obtener información con facilidad, incluso de culturas lejanas, y ello repercute en la vida diaria. Recordemos que una de las características de nuestra cultura es la

«uniformización y masificación de los gustos, modas y deseos».

El ámbito educativo abarca todo el contexto socioambiental donde está ubicado el centro. El análisis del barrio, alumnos, padres, centro (profesores, instalaciones, recursos y organización) lleva al profesorado a definir unas intenciones educativas que deberán explicitarse en el PEC (Proyecto Educativo de Centro). Estas luego se desarrollarán en el PC (Proyecto Curricular) de Etapa y finalmente se concretarán en las Programaciones de Aula (PA).

Uno de los factores determinantes en la formación de nuestros jóvenes es la publicidad. Éste es el tema elegido para desarrollar la presente unidad didáctica porque:

- Se relaciona con los intereses de los alumnos y su problemática.
- Su conocimiento le permite ser un sujeto activo y crítico.
- Está en el entorno, ello le da actualidad y significado al aprendizaje escolar.

Esta unidad didáctica la llevamos a cabo teniendo en cuenta dos aspectos complementarios en el conocimiento de la realidad: uno, individual y experiencial; otro, social y disciplinar. Su desarrollo se ubica en el área de Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Además se han tenido en cuenta las contribuciones específicas de otras áreas del currículo buscando la interdisciplinariedad dentro/fuera del área y teniendo en cuenta que las diferentes áreas compartan el mismo objeto de estudio.

La unidad didáctica se realizará en espiral, tomando aspectos de los distintos bloques. Se ha procurado que los contenidos del tema elegido contengan significatividad lógica y psicológica. De igual manera se ha procurado que las actividades motiven el aprendizaje, potencien un pensamiento creativo, generen un desequilibrio inicial en las estructuras mentales, ofrezcan posibilidades para responsabilizarse de sus tareas y permitan desarrollar diferentes contenidos conjuntamente.

Esta unidad didáctica surgió tras la observación realizada por distintos profesores acerca de los comentarios y frases hechas, tomadas de los anuncios que los alumnos empleaban de forma espontánea. Por tanto, se hacía necesario planificar una unidad didáctica sobre la publicidad teniendo en cuenta:

- Los conocimientos que sobre el tema tenía el alumnado, sus intereses, necesidades...
- El entorno próximo de los alumnos y el entorno creado a través de la publicidad.
- La creación de situaciones conflictivas individuales y grupales para afianzar, aumentar... modificar si era necesario sus esquemas mentales.
- Una organización y secuencia de actividades/recursos... que lleven al alumnado a realizar un aprendizaje significativo y transferible a su vida cotidiana.

Diseño de la unidad didáctica

La unidad ha sido pensada para realizarse en el *tercer curso de ESO*. Ahora bien, dada la poca tradición existente en el tratamiento de este tema, nos parece adecuado su utilización

en cualquier otro nivel realizando las modificaciones oportunas según el alumnado, profesorado, entorno.

La *duración* prevista se sitúa en torno a 15 días, aunque en función de la programación del centro, de los alumnos, etc. será el equipo docente quien realice las modificaciones oportunas.

Objetivos didácticos

Los objetivos didácticos que a continuación se indican aportan un peso específico mayor a los contenidos de procedimientos y actitudes que a los contenidos conceptuales. Nos ha parecido adecuado puesto que el objetivo fundamental es trabajar los procedimientos y actitudes/valores como medio para alcanzar un modelo de alumno crítico frente a la publicidad:

1. Identificar los mecanismos y valores básicos que rigen el funcionamiento de la sociedad contemporánea.
2. Conocer el fenómeno publicitario, desde su inicio a la actualidad, y las funciones que cumple.
3. Observar y expresar los modelos sociales que se proyectan a través de la publicidad.
4. Leer imágenes, analizar los elementos básicos que conforman un anuncio y comprender cómo en un anuncio existen múltiples elementos interrelacionados.
5. Utilizar e interpretar los distintos lenguajes que están presentes en un anuncio televisivo.
6. Conocer las distintas fases existentes en la elaboración del mensaje publicitario.
7. Identificar y distinguir las características de los distintos soportes publicitarios valorando su influencia en el sujeto y la sociedad en general.
8. Utilizar técnicas sencillas de recogida de datos para obtener información sobre la publicidad, y saber utilizarla para emitir juicios sobre la misma.
9. Obtener y relacionar información visual, verbal, icónica, estadística, etc. a partir de una o distintas fuentes y en especial de los

actuales medios de comunicación.

10. Realizar pequeños estudios e investigaciones en grupos para fundamentar sus opiniones sobre la publicidad y valorar su actitud ante la misma.

11. Valorar la discrepancia y el diálogo como una vía necesaria para la solución de los problemas humanos y sociales.

12. Establecer relaciones con otras personas y grupos adoptando actitudes de solidaridad y tolerancia, superando inhibiciones y prejuicios.

13. Elaborar criterios razonados y personales acerca de la publicidad y sus implicaciones.

14. Utilizar diferentes aparatos (retroproyector, vídeo...) para elaborar y presentar las intervenciones a los demás.

En el cuadro expuesto al final de la unidad didáctica se indican algunas correlaciones de la misma con el decreto de currículo del MEC. Dicho cuadro expresa la relación del tema con los distintos objetivos generales de las diferentes áreas implicadas, y en su columna última, la correspondencia con los objetivos didácticos expuestos. Éstos se han elaborado partiendo de los objetivos generales y dándoles grado y contenido.

Actividades

El conjunto de actividades que a continuación se presentan se corresponden con una actuación secuenciada que contempla los siguientes pasos:

1. Detectar las ideas previas.
2. Crear en el alumnado la motivación hacia el tema.
3. Plantear actividades de conocimientos.
4. Proponer actividades de aplicación en su vida diaria.
5. Actividades de síntesis.
6. Actividades de evaluación.

* *Actividad para detectar las ideas previas*

Actividad primera:

Contesta las siguientes preguntas:

1. ¿Crees que estamos influidos por la

publicidad?: mucho, poco, nada. (Rodea lo que proceda).

2. Indica spots publicitarios que recuerdes. (La marca defínela; los demás elementos, pon una X).

MARCA	MÚSICA	CANCIÓN
<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
IMAGEN	EXPRESIÓN	DIÁLOGO
<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>

Entre los spots elegidos:

a) ¿Cuáles son los cinco que más te gustan?, ¿qué recuerdas de ellos?

b) ¿Cuáles son los que menos te gustan? Señalar una referencia: marca, casa comercial, producto...

Nota: Entregar los resultados al profesor.

Un grupo de clase representará mediante gráficos diversos -la pregunta a) mediante gráfico sectorial y la pregunta b) con gráfico de barras- los resultados.

Forma de organización:

1. Individualmente (en casa o en clase).
2. Puesta en común de los resultados que quedarán recogidos en el mural de clase.

Lugar de realización: casa (clase).

* *Actividad motivadora hacia el tema:*

Actividad segunda:

Piensa y escribe individualmente un máximo de cinco aspectos positivos y cinco negativos sobre la publicidad. Posteriormente, forma un grupo con dos compañeros más y analiza los distintos resultados obtenidos. Igual ampliando el grupo de forma que se recojan los aspectos positivos y negativos acerca del tema.

A continuación, dividiremos la clase en dos grupos, unos a favor y otros en contra de la publicidad, y se llevará a cabo un debate. Los resultados se recogerán en un mural.

Forma de organización:

1. Individualmente (para propiciar la reflexión).

2. Pequeño grupo (para facilitar el intercambio de ideas, reflexión...).

3. Gran grupo (debate organizado).

Las conclusiones de ésta y de las restantes actividades se anotarán en un mural para poder hacer un análisis final sobre la evolución experimentada por el alumnado en este tema.

Lugar de realización: clase.

* *Actividades de conocimiento:*

Actividad tercera:

El próximo sábado, durante cinco minutos y en tres momentos del día, recoge los siguientes datos de los anuncios que emitan:

ANUNCIO	HORA	PRODUCTO
Ejemplo	17'15	Motos
A QUIÉN VA DIRIGIDA	AUDIENCIA	
Jóvenes	Jóvenes	

Los resultados de la clase se expondrán en un mural.

Forma de organización:

1. Individualmente se contesta.

2. En gran grupo se tabulan resultados.

Lugar de realización: la parte individual en casa y la segunda parte en clase.

La realización de la encuesta pretende la obtención de datos sobre los que se trabajan los contenidos y que el profesor inicie al alumnado en la técnica de recogida de datos y expresión de resultados. Los resultados se pasan al mural iniciado en las anteriores actividades. La sesión finalizará con una exposición-resumen del profesor sobre los elementos que intervienen a la hora de realizar un anuncio (producto, grupo a quién va dirigido...); esto permite clarificar y/o enriquecer la comprensión de conceptos, una vez establecido el marco general o global.

Actividad cuarta:

Con el siguiente esquema general para el análisis de un spot publicitario de televisión

analiza (en grupos de seis alumnos) el anuncio de «La Casera»: «Está en todas partes, hasta en la plaza de toros».

Icónico:

- Los personajes: enumera cada uno de los personajes que intervienen en la historia. ¿Cuál es el protagonista?, ¿cómo está caracterizado?, ¿cómo es su vestuario?, ¿existe relación entre el contenido de la historia y los gestos del personaje?, ¿es un gesto natural o estereotipado?

- Los objetos: enumera los objetos que intervienen en el anuncio. ¿Sufre alguno aumento o disminución de tamaño?

- Las acciones: ¿qué acciones se realizan?, ¿son expresadas en movimiento o estáticamente?

Parámetros icónicos visuales:

¿Dónde tiene lugar la acción?, ¿es un lugar insólito o adecuado y frecuente para que tenga lugar allí la acción?, ¿le añade algo la localización al sentido del mensaje?

Fíjate en los planos que existen (primer, medio, entero, general, detalles...): ¿hay variedad de planos?, ¿cuál es el más frecuente?, ¿qué se quiere expresar con el primer plano de la cara del actor?, ¿qué se desea expresar con el último?, ¿con qué ángulo están tomadas las imágenes o los planos en cada caso (desde arriba...)?, ¿crees que la relación de los personajes, de los objetos y de los lugares es proporcional entre cada uno de ellos o no?

El color: ¿son muy contrastados los tonos?, ¿colores que predominan?

Iluminación: ¿natural o artificial?, ¿suave o contrastada?

Tiempo: ¿cuánto dura?, ¿es un tiempo real o imaginario?, ¿se suceden con orden?

Sonoro:

Verbal: ¿qué dicen los personajes?, ¿y el narrador?, ¿resalta algún ruido bucal o gutural de algún personaje?, ¿qué quiere decir?, ¿existe voz en *off*?, ¿hay texto escrito en la pantalla?, ¿hace referencia a la historia, personajes, o al producto anunciado?, ¿es uno de los personajes el que habla sobre el producto?, ¿cuál es el eslogan?

Lo musical y los ruidos: ¿la música tiene valor por sí misma o acompaña a la imagen?, ¿función?, ¿hay ruidos?

Lo retórico:

¿Qué figuras estilísticas aparecen?, ¿repetición, metáfora, metonimia, hipérbole, reticencia, ironía, prosopopeya, asíndeton, paralelismo, antítesis...?, ¿en qué fragmento aparece la figura?

Lo semántico:

¿Qué se nos quiere decir realmente en el anuncio?, ¿se reafirman las costumbres y los usos sociales?, ¿papel del hombre y de la mujer?, ¿valores que fomenta: solidaridad, humanidad, humor...?

Lo pragmático:

¿Qué aspecto del anuncio te ha atraído más?, ¿frase de mayor impacto?, ¿qué criterios tendrías en cuenta para comprar este producto?

La continua incidencia de la publicidad, la repetición de los mensajes publicitarios en todos los medios, nos inducen al consumismo continuamente. ¿Qué razones te darías para no caer en el deseo de consumir, de comprar los productos cuya publicidad nos bombardea continuamente?

Forma de organización: Se emplea una estrategia didáctica de análisis, búsqueda, reflexión... ya que se pone al alumno ante situaciones problemáticas para que éstos pongan en práctica y empleen reflexivamente conceptos, procedimientos y actitudes. El estudio de un anuncio tiene valor instrumental para motivar y además abordar el aprendizaje de los procedimientos agrupándolos en torno a un eje de causalidad múltiple.

Esta actividad se desarrollará en pequeños grupos a los que se le reparte una hoja con los puntos a contestar. Posteriormente se hace una puesta en común, donde se moderan los resultados finales con introducción o ampliación de contenido.

Finalmente los resultados se exponen en un mural.

Lugar de realización: clase.

Actividad quinta:

Dramatiza en pequeños grupos (cuatro personas) un anuncio elegido por vosotros donde cambiéis algún elemento; ejemplo, papeles (los hombres dirán lo que dicen las mujeres...), contenido, etc. para desmitificar el anuncio y analizar los elementos que lo componen. Representarlo en gran grupo.

Forma de organización: En pequeños grupos, unas cuatro personas, seleccionan un anuncio, modifican uno o varios elementos y preparan los materiales necesarios para su representación al gran grupo, como final del tema.

Lugar de realización: en clase y fuera.

Actividad sexta:

Rellena, en casa, la siguiente ficha analizando el anuncio de «La Casera». Haz un estudio comparativo de los siguientes aspectos:

	Imagen (fija, móvil)	sonido (tipo, volumen...)	color	espacio	otros
televisión					
radio					
prensa					
vallas					
otros					

Después se realizará una puesta en común.

Forma de organización: actividad individual para ver el grado de observación. Es necesaria una puesta en común en clase para finalizar este tema y analizar las evoluciones llevadas a cabo en el grupo a lo largo de las sesiones (se analizan los resultados que se han ido plasmando en los murales de clase).

Lugar de realización: la primera parte en casa, la puesta en común en el colegio.

** Actividad de reflexión:*

Actividad séptima:

Realiza en casa un retrato-robot del hombre-mujer proyectado a través de la publicidad.

Forma de organización: individualmente se realiza el retrato robot, empleando los mate-

riales que desee el alumno (redacción, plástica...).

Lugar de realización: casa.

* *Actividad de síntesis:*

Actividad octava:

Realizar un mural que recoja los distintos procesos que conducen a la elaboración de una campaña publicitaria.

Forma de organización: gran grupo.

Lugar de realización: clase.

* *Actividad de evaluación:*

Actividad novena:

Realizar una campaña publicitaria con el lema «Mantenemos el cole limpio».

Forma de organización: grupos de tamaño variable.

El objetivo de la campaña será mejorar la limpieza del centro y su conservación. Los destinatarios serán sus propios compañeros.

El profesor, con esta actividad, trata de evaluar los conceptos, procedimientos y actitudes y valores entendidos desde las propias reflexiones de los alumnos en cuanto a conductas que se dan de forma generalizada a una determinada edad y en un entorno físico preciso, sabiendo descubrir desde sus compañeros su propio hacer y tendencias así como damos más importancia a la repercusión que tendrá en cuanto al centro escolar que a la calificación de cada uno.

La mejora y avance en relación con lo aprendido individualmente creemos que es mejor hacerla desde la observación del profesor mientras desarrolla la unidad didáctica y tomando también como dato la recogida de los diseños parciales que cada grupo ha de realizar para conseguir el trabajo común de la campaña en su globalidad.

Actividad décima:

Recuerda el primer día que comenzamos a hablar de la publicidad:

- ¿Qué cosas nuevas crees que te ha aportado?

- ¿Tienes el mismo comportamiento que

antes frente a los anuncios?

Piensa cuáles son los aspectos que más te han gustado del tema, ¿cuáles menos? y ¿cuáles modificarías y por qué?

Forma de organización: contestar estas preguntas individualmente.

Lugar de realización: clase.

Evaluación

Además de las actividades consideradas de evaluación (novena y décima), el profesor observará los siguientes aspectos en las distintas actividades propuestas a lo largo de toda la unidad didáctica:

<i>Interés</i>	<i>Sensibilidad</i>	<i>Colaboración</i>
<i>Tolerancia</i>	<i>Curiosidad</i>	<i>Espíritu crítico</i>
<i>Creatividad</i>	<i>Dinamicidad</i>	<i>Espíritu de trabajo</i>
<i>Responsabilidad</i>	<i>etc.</i>	

Los datos aportados por la actividad décima nos informan de aspectos relevantes para la evaluación individual del alumno y sirven de análisis al profesor para plantear sucesivas unidades didácticas sobre el tema.

El profesorado (además de la evaluación del alumno individual o en grupo) debe reflexionar, analizar y evaluar los objetivos propuestos, las actividades, recursos, etc. (es decir el diseño y desarrollo de la unidad didáctica). Para ello pensamos que podría plantearse algunas cuestiones: ¿existe un clima de seguridad, confianza...?; ¿hemos propiciado la interacción, debate, coloquio...?; ¿hemos alentado a los alumnos a investigar?; ¿las actividades alientan a la reflexión personal?; ¿desarrollan las relaciones personales en clase?; ¿hemos facilitado la información?

- Análisis de la información ofrecida por el alumnado en la actividad décima.

Materiales y recursos didácticos

Recortes de anuncios en prensa; observación del entorno; proyector de cuerpos opacos; televisión y vídeo (anuncio de «La Casera»); bibliografía expuesta; biblioteca; pinturas de maquillaje, cartulina, pegamento...

INTERACCIÓN ENTRE LAS DISTINTAS ÁREAS

ÁREAS	OBJETIVOS GENERALES DE ÁREA	O.D.
Ciencias Sociales, Geografía e Historia	2. Identificar los procesos y mecanismos básicos que rigen el funcionamiento de los hechos sociales; utilizar este conocimiento para comprender las sociedades contemporáneas, analizar los problemas más acuciantes de las mismas y formarse un juicio personal crítico y razonado.	A,C
	7. Resolver problemas y llevar a cabo estudios y pequeñas investigaciones aplicando los instrumentos conceptuales, las técnicas y procedimientos básicos de indagación característicos de las Ciencias Sociales, la Geografía y la Historia.	J
	8. Obtener y relacionar información verbal, icónica, estadística, cartográfica... a partir de distintas fuentes, y en especial de los actuales medios de comunicación, tratarla de manera autónoma y crítica de acuerdo con el fin perseguido y comunicarla a los demás de manera organizada e inteligible.	I
	9. Realizar tareas en grupo y participar en discusiones y debates con una actitud constructiva, crítica y tolerante, fundamentando adecuadamente sus opiniones y propuestas y valorando la discrepancia y el diálogo como una vía necesaria para la solución de los problemas humanos y sociales.	L
Ciencias de la Naturaleza	4. Participar en la planificación y realización en equipo de actividades científicas, valorando las aportaciones propias y ajenas en función de los objetivos establecidos, mostrando una actitud flexible y de colaboración, y asumiendo responsabilidades en el desarrollo de las tareas.	M
	5. Elaborar criterios personales y razonados sobre cuestiones científicas y tecnológicas básicas de nuestra época mediante el contraste y evaluación de informaciones obtenidas en distintas fuentes.	M
Música	6. Elaborar juicios y criterios personales, mediante un análisis crítico de los diferentes usos sociales de la música en la publicidad, y aplicarlos con autonomía e iniciativa a situaciones cotidianas.	D,I
Matemáticas	5. Utilizar técnicas sencillas de recogida de datos para obtener información sobre fenómenos y situaciones diversas, y para representar esa información de forma gráfica y numérica y formarse un juicio sobre la misma.	H
Educación Plástica y Visual	1. Percibir e interpretar críticamente las imágenes y las formas de su entorno, siendo sensible a sus cualidades plásticas, estéticas y funcionales.	C,D, E,I
	3. Expresarse con actitud creativa, utilizando los códigos, terminología y procedimientos del lenguaje visual y plástico con el fin de enriquecer sus posibilidades de comunicación. 4. Comprender las relaciones del lenguaje visual y plástico con otros lenguajes, eligiendo la fórmula expresiva más adecuada en función de sus necesidades de comunicación.	B,C, D,I,J E,I,J
Lengua castellana y Literatura	1. Comprender discursos orales y escritos, reconociendo sus diferentes finalidades y las situaciones de comunicación en que se producen.	B,D, H,I
	5. Reconocer y analizar los elementos y características de los medios de comunicación, con el fin de ampliar las destrezas discursivas y desarrollar actitudes críticas ante sus mensajes, valorando la importancia de sus manifestaciones en la cultura contemporánea. 9. Analizar y juzgar críticamente los diferentes usos sociales de las lenguas, evitando los estereotipos lingüísticos que suponen juicios de valor y prejuicios mediante el reconocimiento del contenido ideológico del lenguaje.	B,D,F, G,M D,E,L
Tecnología	8. Analizar y valorar críticamente el impacto del desarrollo científico y tecnológico en la evolución social y técnica del trabajo, así como en la organización del tiempo libre y en las actividades de ocio.	N

CONTENIDOS RELATIVOS AL TEMA DE LAS DISTINTAS ÁREAS

	CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
Ciencias Sociales, Geografía e Historia	<p>Bloque 8. Participación y conflicto político en el mundo actual</p> <p>5. Cauces y retos actuales para la participación ciudadana: ...el papel de los medios de comunicación de masas</p> <p>Bloque 9. Arte, cultura y sociedad en el mundo actual</p> <p>3. Formas de expresión y manifestaciones artísticas actuales a través de nuevos lenguajes (visual, plástico, musical, etc)</p> <p>5. Redes y medios de comunicación e información: concentración del poder, uniformización cultural y pluralismo informativo. Publicidad y consumo</p> <p>Bloque 10. La vida moral y la reflexión ética</p> <p>4. Principales problemas morales de nuestro tiempo (consumismo...)</p>	<p>Bloque 8. Participación y conflicto en el mundo actual</p> <p>2. Análisis comparativo y evaluación crítica de dos o más informaciones proporcionadas por los medios de comunicación de masas (prensa, radio y televisión) sobre un mismo hecho o cuestión de actualidad</p> <p>3. Realización de trabajos de síntesis sobre cuestiones de actualidad tras la consulta y contraste de distintas fuentes y medios de información, en particular la prensa, radio y televisión</p> <p>4. Análisis de algún hecho significativo de la actualidad indagando en sus antecedentes históricos y señalando algunas circunstancias de tipo tecnológico, económico, político, etc., con las que está claramente relacionado</p> <p>5. Preparación y realización de debates sobre cuestiones controvertidas en la actualidad política, exponiendo las opiniones y juicios propios con argumentos razonados y suficientemente apoyados en los datos</p> <p>Bloque 9. Arte, cultura y sociedad en el mundo actual</p> <p>1. Búsqueda, selección y registro de informaciones relativas a cuestiones de actualidad sirviéndose de los medios de comunicación</p> <p>2. Análisis e interpretación de documentos audiovisuales identificando los elementos expresivos utilizados y evaluando la objetividad de su mensaje</p> <p>3. Análisis y contextualización de los elementos básicos del lenguaje plástico y visual en las manifestaciones y expresiones artísticas contemporáneas</p> <p>5. Presentación clara y ordenada de trabajos utilizando y combinando distintas formas de expresión</p> <p>6. Preparación y realización de debates sobre cuestiones controvertidas o dilemas de la actualidad, exponiendo las opiniones y juicios propios con argumentos razonados y suficientemente apoyados en los datos</p> <p>7. Realización de informes o pequeños estudios monográficos sobre cuestiones y hechos del mundo actual, utilizando información obtenida a partir de los medios de comunicación y de los datos obtenidos mediante encuestas y entrevistas realizadas en el entorno próximo</p>	<p>Bloque 6. Diversidad cultural</p> <p>4. Tolerancia, respeto y valoración crítica de actitudes, creencias, formas de vida, etc., de personas o grupos pertenecientes a sociedades o culturas distintas a la nuestra</p> <p>Bloque 9. Arte, cultura y sociedad en el mundo actual</p> <p>1. Interés por estar bien informado y actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de las redes y los medios de comunicación</p> <p>Bloque 10. La vida moral y la reflexión ética</p> <p>1. Valoración de la dimensión ética del ser humano</p>

CONTENIDOS RELATIVOS AL TEMA DE LAS DISTINTAS ÁREAS (Continuación)

ÁREAS	CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
Ciencias de la Naturaleza	Bloque 7. Las personas y la salud 4. La percepción de la información, su procesamiento y elaboración de respuestas. Factores que afectan a la salud mental		
Educación Plástica y Visual	Bloque 1. Lenguaje visual 3. Símbolos y signos en los lenguajes visuales (logotipos, marcas, anagramas...) 6. Canales de comunicación: medios de comunicación de masas... 7 Interacción entre distintos lenguajes: plástico, verbal, musical, gestual Bloque 2. Elementos configurativos de los lenguajes visuales Bloque 3. La composición Bloque 6. Procedimientos y técnicas utilizadas en los lenguajes visuales Bloque 7. Apreciación del proceso de creación en las artes visuales	Bloque 1. Lenguaje visual 1. Observación y descripción de los modos expresivos utilizados en un mensaje publicitario, gráfico o visual, teniendo en cuenta los significantes, la composición y el significado 2. Exploración de los posibles significados de una imagen según su contexto: expresivo-emotivo y referencial 6. Selección de dos o más lenguajes que integren una producción significativa 8. Utilización creativa de los lenguajes visuales para expresar sus ideas Bloque 2. Elementos configurativos de los lenguajes visuales Bloque 3. La composición Bloque 6. Procedimientos y técnicas utilizadas en los lenguajes visuales Bloque 7. Apreciación del proceso de creación en artes visuales	Bloque 1. Lenguaje visual 1. Reconocimiento y valoración del papel que juegan los medios de comunicación en nuestra cultura actual 2. Reconocimiento del valor que tienen los lenguajes visuales para aumentar las posibilidades de comunicación 4. Actitud crítica ante las necesidades de consumo creadas actualmente a través de la publicidad y la utilización en la misma de formas y contenidos que denotan una discriminación... Bloque 2. Elementos configurativos de los lenguajes visuales Bloque 3. La composición Bloque 6. Procedimientos y técnicas utilizadas en los lenguajes visuales Bloque 7. Apreciación del proceso de creación en las artes visuales
Lengua castellana y Literatura	Bloque 1 y 2. Usos y formas de la comunicación oral y escrita 1. La comunicación oral y escrita: elementos y funciones... La lengua oral o escrita como fuente de información, conocimiento, placer, persuasión, manipulación, etc. Bloque 5. Sistemas de comunicación verbal y no verbal	Bloque 1 y 2. Usos y formas de la comunicación oral y escrita 1. Comprensión de textos orales y escritos de distinto tipo (interpretación del sentido figurado, doble sentido, ironías, falacias... La situación de comunicación, sus elementos y registros) 2. Análisis de textos orales y escritos de distinto tipo atendiendo a su intención comunicativa, a las características de la situación de comunicación y a sus elementos formales 7. Consulta y aprovechamiento de las fuentes de documentación escrita para la realización de tareas concretas Bloque 5. Sistemas de comunicación verbal y no verbal	Bloque 1 y 2. Usos y formas de la comunicación oral y escrita 1. Valoración de la lengua oral y escrita como instrumento para satisfacer una amplia gama de necesidades de comunicación (transmitir información, expresar sentimientos e ideas, contrastar opiniones, etc.) y para regular y modificar conductas 6. Sensibilidad hacia el aspecto lúdico y creativo de la lengua oral y escrita Bloque 5. Sistemas de comunicación verbal y no verbal

CONTENIDOS RELATIVOS AL TEMA DE LAS DISTINTAS ÁREAS (Continuación)

ÁREAS	CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
Música	Bloque 6. Música y comunicación 1. El sonido y la música en los medios de comunicación 5. La música al servicio de otros lenguajes	Bloque 6. Música y comunicación 2. Manipulación de diversos soportes audiovisuales con fines creativos	Bloque 6. Música y comunicación 2. Valoración de los mensajes sonoros y musicales emitidos por los distintos medios audiovisuales
Matemáticas	Bloque 4. Interpretación, representación y tratamiento de la información	Bloque 4. Interpretación, representación y tratamiento de la información	Bloque 4. Interpretación, representación y tratamiento de la información
Tecnología	Bloque 1. Proceso de resolución técnica de problemas 1. Problemas y necesidades humanas. Objetos, instalaciones y ambientes artificiales Bloque 6. Tecnología y sociedad 3. El mercado y la organización de la distribución de producto: el coste de un producto y sus componentes; y otros factores que intervienen en el precio (publicidad)	Bloque 6. Tecnología y sociedad 5. Identificación de mercados y consumidores potenciales de un objeto, instalación o servicio diseñado y producido mediante la actividad tecnológica en el aula taller 6. Planificación y documentación de la comercialización de un producto, fijando el precio y los mecanismos de distribución, promoción y venta	

Observaciones finales

El tema propuesto, por tratarse del primero presentado a los alumnos sobre este aspecto, contiene aspectos muy generales. Según los intereses manifestados por los alumnos, el tema puede continuar con diversas alternativas según pongamos mayor énfasis en una u otra área, o en algún aspecto transversal (ejemplo: medio ambiente, consumo...). Ofrecemos algunas sugerencias:

Teniendo en cuenta el área de Idioma Extranjero:

- Analizar el mismo anuncio (ejemplo: *Coca Cola*) en distintos idiomas.

- Observar la campaña publicitaria de un producto típico de cada país (ej.: aceite o quesos en español, té en inglés, champán en francés...), analizar y comparar los spots elegidos.

Teniendo en cuenta el área de Tecnología y su relación con la calidad de vida:

- Leer y comparar unos párrafos literarios

de dos momentos históricos diferentes donde se refleje al ama de casa cocinando con fuego, yendo por agua a la fuente... y al amo o ama de casa actual con multitud de electrodomésticos.
Teniendo en cuenta el tema transversal de Medio Ambiente:

- Sería interesante analizar la incidencia que sobre el medio ambiente tiene la publicidad. Observación de paisajes de comienzo de siglo y en la actualidad con vallas publicitarias, o plantearles la no existencia de la misma. La publicidad que ofrecen en la boca del Metro que inunda y deteriora el medio físico; la publicidad por correo; gasto de papel en estos tipos de publicidad.

Teniendo en cuenta el tema transversal de Moral y Ética:

- Análisis de los medios empleados por los fabricantes y otros publicistas... para crear la necesidad de un producto y aumentar sus ventas y sus ganancias (ej.: ver el vídeo sobre

Coca-Cola, emitido por TVE en 1990); análisis de los cambios de valores que aparecen e inculcan con la publicidad.

Pilar Guerrero Serrano es profesora de Educación Secundaria.

M^a Adela Moyano Conde es maestra de Educación Primaria.

Referencias bibliográficas

ÁLVAREZ y ÁLVAREZ (1987): Cien talleres de Educación del Consumo en la Escuela. *Madrid, Instituto Nacional del Consumo.*

ÁLVAREZ MARTÍN y JIMÉNEZ GARIJO (1992): Educación del Consumidor. *Madrid, MEC.*

CAM (1986): Curso de iniciación a la Educación del Consumidor. *Madrid, Comunidad de Madrid.*

CUETO, J. (1981): La sociedad de consumo de masas. *Barcelona, Salvat.*

Revista EROSKI (1984): La publicidad. *Suplemento 7/ octubre.*

FURONES, M.A. (1981): El mundo de la publicidad. *Barcelona, Salvat.*

MEC (1990): Ley de Ordenación General del Sistema Educativo. *Madrid, Ministerio de Educación.*

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO (1986): La Educación del consumidor en la escuela. *Madrid, Instituto Nacional de Consumo.*

PEÑA-MARÍN y FRABETTI (1990): La mujer en la publicidad. *Madrid, Instituto de la Mujer.*

RIBAD, D. (1990): Entorno, educación y empresa. *Madrid, El Corte Inglés.*

PROPUESTAS

Imagen y prensa en la educación de actitudes y valores: propuesta práctica

José María Pérez Calvo

A partir de la experiencia llevada a cabo en clases de Ética en un Instituto de Bachillerato, el autor realiza una propuesta práctica, sin partir solamente de planteamien-

tos meramente teóricos sobre contenidos curriculares y la metodología concreta para introducir la imagen y la prensa escrita en la educación de las actitudes y valores.

En el Diseño Curricular Base (DCB) y en la LOGSE, la educación en actitudes y valores no sólo posee un rango específico - *Vidamoral y reflexión Ética*-, asignatura obligatoria para todo el alumnado del 4º curso de ESO, sino que también en todas las disciplinas se tienen que introducir contenidos actitudinales, tales como educar en la solidaridad, la curiosidad científica, el diálogo, el respeto y la tolerancia.

La experiencia, que ahora os presento, la realicé durante el curso 1991/92, con tres grupos de alumnos/as de Ética de 1º de BUP; y con dos grupos de Ética de 3º de BUP durante el curso 1992/93, en el IB «El Portillo» de Zaragoza, donde ejerzo como profesor de Filosofía, desde hace quince años.

Más que en la investigación de nuevos contenidos curriculares para la actual asignatura de Ética y para la futura disciplina «La vida moral y la reflexión ética», me he centrado en la experimentación de una metodología -el uso de

la imagen y de la prensa- que os justifico con pocas palabras.

Vivimos en una *iconosfera* (mundo de imágenes), lo que implica, a mi parecer, la integración de un lenguaje nuevo en nuestras explicaciones: *el lenguaje audiovisual*, que no tiene por qué eliminar al lenguaje tradicional, oral y escrito, sino que puede servirnos de valioso complemento. Por otra parte, he experimentado que el trabajo con la prensa en el aula puede dar mucho juego, tal como lo vienen demostrando desde hace años numerosos profesores y profesoras de EGB y de Bachillerato, que parten de ella, a la hora de explicar las distintas disciplinas.

2. Desarrollo de la experiencia

Expondré sintéticamente el proceso de la experiencia a lo largo de un curso escolar. El primer día de clase es un día de presentaciones: me presento yo, se presentan los alumnos/as y presento la asignatura. A veces, en vez de pasar lista (un modo de presentar, no de presentarse) empleo una sencilla técnica de *dinámica de grupos* y que consiste en que cada alumno/a, espontáneamente, tiene que autopresentarse,

diciendo cómo se llama, cómo le gusta que le llamen y tiene que decir dos cualidades que él se atribuye a sí mismo, que empiece cada una de ellas con la inicial de cada apellido. Puede expresar las cualidades en forma afirmativa o negativa. Para romper el fuego empiezo yo: «Me llamo José María, me gusta que me llamen *Chema* y creo que no soy perezoso (la P de mi primer apellido: Pérez) y no soy cobarde (la C del segundo apellido: Calvo)».

Este sencillo «juego» lo aceptan con gusto y sorpresa y ayuda a deshinibirse, a manifestar su imaginación, su sentido del humor y a autorreflexionar... Hay personas, a las que cuesta más que a otras autopresentarse de este modo. Entonces, invito a los demás compañeros/as a que les ayuden.

La presentación de la asignatura la hago con transparencias. La mayoría no había visto nunca un retroproyector. Creo que este modo de presentar la asignatura, les ha resultado motivador.

El segundo día de clase les entrego una hoja, en la que especifico los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales de la asignatura y les presento un esbozo del método a seguir. A continuación, pido que salga un voluntario/a (en caso contrario lo nombro yo) e iniciamos una conversación -cara a toda la clase- sobre mi oferta y su demanda en torno a la asignatura, que me ha tocado explicar: en este caso la *Ética*. En otras ocasiones les he hecho un sondeo previo en el que les preguntaba por qué habían elegido *Ética* en vez de *Religión*, qué creen que estudia la *Ética*, qué y cómo les gustaría estudiar la *Ética* y por último, otras sugerencias por su parte.

El tercer día de clase, firmamos un contrato individual. Entiendo el término contrato, como compromiso mutuo para alcanzar unos objetivos, tal como afirma el análisis transaccional

(AT).

He comprobado que resulta muy eficaz plantear claramente, desde el comienzo de curso, una serie de normas (pocas) y de objetivos, a los que atenerse. Los adolescentes necesitan un punto referencial en el que apoyarse. El

seguir el formalismo de firmar un contrato, por el que se comprometen a cumplir dichas normas, es más secundario, pero he de decir que les resulta novedoso. Durante el curso hago referencia, de vez en cuando, al compromiso mutuo pactado al comienzo de nuestro encuentro.

En la clase siguiente empiezo la explicación de los *temas teóricos de Ética*, tales como la distinción entre *Ética* y *Moral*, el hecho moral y sus diferencias con otros hechos, los conceptos fundamentales de la moralidad, el problema del relativismo moral y una visión sintética de los distintos sistemas éticos, a lo largo de la *Historia de la Filosofía*. La fina-

lidad de explicar estos temas es que tengan una base teórica de *fundamentos de la Ética*. Los conocimientos teóricos adquiridos (contenidos conceptuales) tienen que saber aplicarlos (contenidos procedimentales); por ejemplo, a la hora de valorar éticamente el comportamiento del personaje de una película...

Terminada la teoría, empiezo el trabajo con los dibujos. Todo el trabajo, a lo largo del curso, lo realizan en equipos de dos personas o tres, si el número de alumnos del curso es impar. En una clase les entrego un dibujo por persona. Les doy unos minutos para que lo observen y lo comenten, sin escribir nada. Luego les entrego una *Breve guía para el comentario de los dibujos* e inician el trabajo como tal. La *guía* consta de seis preguntas que hacen referencia al qué, al cómo y al porqué de

Los adolescentes necesitan un punto referencial en el que apoyarse. El seguir el formalismo de firmar un contrato, por el que se comprometen a cumplir dichas normas, es más secundario, pero he de decir que les resulta novedoso.

que pasar a máquina el trabajo realizado a partir del dibujo. Haré ahora unas matizaciones sobre esta primera fase del proceso. He comprobado «experiencialmente» algo que los estudiosos de la imagen afirman: que existen tantas lecturas de una imagen, como receptores de la misma. No obstante, en el conjunto de 34 alumnos de cada curso hay matices coincidentes en la lectura de una misma imagen.

En este proceso los alumnos constatan, por una parte, que nuestra percepción de la realidad es selectiva y que se precisa de tiempo y de concentración para captar matices, que a veces nos pasan desapercibidos. Por otra parte, el escuchar a los demás y tomar nota de sus aportaciones, les hace descubrir la necesidad de los demás para obtener una visión más pormenorizada y global de la realidad visionada. De la idea de parcialidad a la de perspectiva.

También he constatado que han encontrado dificultades a la hora de relacionar el mensaje del dibujo con los temas teóricos explicados anteriormente. Este hecho me lleva a hacer una reflexión: ¿convendría explicar más contenidos conceptuales? No sé, pero creo que el problema no radica tanto en que sepan más o menos conceptos, sino en que no tienen suficientemente desarrollada la *estrategia* (saber hacer) de establecer relaciones.

En los títulos, que ponen al dibujo, se refleja su sentido crítico, lúdico y ocurrente de la realidad. Es cierto que la *imagen no es la realidad*, pero el estudio de aquélla despierta en ellos la toma de conciencia de la realidad. La *imagen*, como complemento de la *palabra*, y del *gesto*, para captar la realidad.

La segunda fase de este proceso es el trabajo con *textos*. Estos textos están escritos por personas de su edad, de otros institutos de Zaragoza, lo cual les resulta muy motivador. El proceso seguido es equivalente al del trabajo con los dibujos: entrega del texto, entrega de una *guía para el trabajo con los textos*, contestación a las preguntas de la *guía*, puesta en común y pase del trabajo a máquina. La *guía* hace referencia a que tienen que realizar un resumen de las ideas principales y a seleccionar

las ideas que les resulten más interesantes, novedosas y útiles para su vida y por qué. También tienen que elegir otra idea y comentarla y poner un nuevo título al texto.

A este respecto, haré algunas matizaciones. He constatado deficiencias en algunos alumnos/as (incluso de 3º de BUP) en cuanto a otra estrategia intelectual: la de *resumir*. Hay personas que no saben hacer un buen resumen. A veces coinciden en la selección de la idea que les resulta más interesante, novedosa o útil, pero no necesariamente. Sí puedo afirmar que los dos o tres textos trabajados les han resultado atractivos y motivadores. La razón yo creo que está en que, como he dicho anteriormente, los autores/as son adolescentes de su edad.

En el modo de titular, el texto aparece también su originalidad o redundancia, su sentido del humor, ciertos prejuicios, estereotipos...

Los de 3º de BUP realizaron un aspecto que no hicieron los de 1º: prolongar, ampliar, «estirar»... el texto (por lo menos seis líneas más). Se trata de que no se limiten a comentar textos ajenos, sino a que ellos/as «creen» sus propios textos. He de decir que, en próximos cursos, emplearé los textos escritos por mis alumnos/as para que otros compañeros suyos los trabajen.

La tercera fase del proceso consiste en el trabajo con la *prensa*. La estructura del trabajo ofrece algunas variantes respecto a las dos fases anteriores. Por ejemplo, aquí dedico cuatro o cinco clases, mientras que con los dibujos y los textos empleábamos dos en cada uno.

Previamente les aviso que traigan un periódico cada equipo. En la primera clase se limitan a hojear el periódico y seleccionar cuatro noticias: dos que hagan referencia a un comportamiento individual y dos que aludan a comportamientos colectivos. También tienen que seleccionar una fotografía. En casa tienen que recortar y pegar en folios las cuatro noticias seleccionadas y la fotografía, indicando el título del periódico, la fecha y la página en la que se encuentran. En la clase siguiente, con una *guía para el trabajo con la prensa*, tienen que hacer

un resumen de las cuatro noticias, hacer el comentario razonado de una noticia individual y de otra colectiva y exponer *qué debemos aprender* de ambas para cambiar las actitudes personales y sociales. También tienen que comentar la fotografía elegida.

Terminado este trabajo, colocamos las mesas en círculo y realizamos una especie de *noticiario*. Un representante de cada equipo lee las noticias, los comentarios y el *debemos aprender*. Apuntamos los temas a los que hacen referencia las noticias y posteriormente los votan. El tema más votado es objeto de un diálogo posterior y de un trabajo complementario. La última fase es pasar a máquina el trabajo realizado y completar el tema, sobre el que hemos dialogado, con recortes de prensa, artículos, fotografías, gráficas, estadísticas... Eso lo hacen por su cuenta fuera del aula.

Hago algunas matizaciones. Las noticias más seleccionadas suelen hacer referencia a los temas de mayor actualidad: xenofobia, racismo, el alcohol como droga permitida, guerra en la antigua Yugoslavia, etc.

Al trabajar así *la prensa* cada alumno/a muestra el tipo de selección, de «criba»... que hace entre la multiplicidad de noticias, que ofrece un periódico. El que los alumnos voten el tema sobre el que vamos a dialogar resulta motivador. Creo que la enseñanza ha de responder a los intereses y necesidades de nuestros educandos, en este caso *adolescentes*, más que a las pretensiones y aspiraciones o intereses de los profesores -adultos. Es lo que algunos llaman la *sociologización* (no, socialización) del *saber*.

Las fotografías seleccionadas suelen ser impactantes desde el punto de vista de su propio lenguaje. Creo que en la mayoría de las ocasiones una fotografía -*imagen visual*- «habla» más que 1.000 palabras.

Considero que es muy interesante que contesten a la pregunta: *debemos aprender...*, ya que en sus contestaciones se refleja la carencia de ciertos valores, a nivel individual y colectivo, y se diseña o intuye la necesidad de trastocar esos valores. Así integran contenidos

éticos (la Ética hace referencia a los *valores*) mediante el empleo de un método distinto: la conexión con la realidad personal y colectiva, a través de un medio de comunicación importante: la *prensa*. Aunque bien es cierto que nuestros alumnos *ven* más la *tele (imágenes audiovisuales)* y apenas *leen* la prensa y los libros distintos a los de texto.

He de decir para terminar este apartado que el periódico más consultado ha sido el de mayor tirada regional: *El Heraldo de Aragón*.

La cuarta fase es el trabajo con las *historietas*. El proceso es así: entrega de la historiet

ta, de la *guía para el trabajo con la historieta*, contestación a las preguntas formuladas en ella, puesta en común y *diálogo posterior* en torno a los *nombres y el nombrar*.

El trabajo con las historietas consiste en hacer un resumen del argumento, en poner nombre a los personajes más relevantes, si no aparecen nombrados en la historieta, en describirlos física y psíquicamente, y por último en poner otro título al cómic. Hago las siguientes precisiones sobre esta cuarta fase.

-De todos es sabido el valor comunicativo y social del cómic. Por ejemplo, en vez de soltarles a los alumnos una conferencia, más o menos magistral, sobre la carencia de la Ética en nuestra sociedad les resulta mucho más atractivo llegar a esa constatación, analizando la viñeta: *En busca de la señorita Ética*; viñeta que los alumnos/as de 3º han tenido que continuar, creando de este modo historietas francamente significativas.

Así integran contenidos éticos (la Ética hace referencia a los valores) mediante el empleo de un método distinto: la conexión con la realidad personal y colectiva, a través de un medio de comunicación importante: la prensa.

El diálogo posterior al trabajo de las historietas que establecemos sobre el *nombrar* y *los nombres* les resulta muy sugerente. Nos preguntamos sobre el origen de nuestros nombres, de por qué nos pusieron ese nombre y no otro, de si están contentos/as con su nombre, de si les gustaría cambiarlo... Este aspecto de los *nombres* se completa con una reflexión colectiva sobre el *nombrar*: ¿conocemos la cosas?, ¿cuándo sabemos nombrarlas?, ¿nos nombran al pasar lista los profesores en clase?, ¿nos nombran al bautizarnos, al casarnos?, cuando nacemos ¿registran nuestro nombre, lo mismo que cuando morimos?, ¿tenemos un carnet de identidad, de conducir, una tarjeta de crédito?... Captan de este modo problemas tan profundos como el de la *identidad personal* y el de la necesidad de un *reconocimiento social* para sentirse a gusto y sobrevivir cara al grupo.

Los nombres, que suelen poner a los personajes analizados, suelen ser ocurrentes, extraños, originales o comunes...

He comprobado que también se pueden transmitir mensajes importantes en clave de humor (y no de *cachondeo*). *Reflexiona* después de haber leído, podría ser el eslogan.

El ciclo de trabajo con un dibujo, un texto, la prensa y una historieta se repite por segunda vez y todo ello constituye el *dossier I* del curso de Ética, material a revisar por mi parte y a partir del cual pongo las notas de la 1ª y 2ª evaluación

Para aprobar la 3ª evaluación, tienen que confeccionar el *dossier II*, que consiste en un trabajo con películas u otros documentos audiovisuales (como ha sido el caso de 3º de BUP). Este trabajo lo realizan durante el tercer trimestre. Los pasos a seguir son los siguientes: dedico una clase a ofertar las películas de las que disponen ellos. Un alumno/a escribe los títulos en el encerado, indicando, entre parén-

tesis, el tema central. Los más votados son los que trabajamos. Les entrego seguidamente una carta abierta, en la que les indico el modo y actitud con que tienen que asistir al visionado de las películas y de otros materiales audiovisuales, haciéndoles notar que, después de haber visto cada documento, analizaremos el comportamiento del curso y, si no es el adecuado, suspenderé la actividad. Suelo emplear dos clases para ver cada película. Una vez visionada, les entrego una detallada *guía para el trabajo con películas*, en la que hago referencia a que tienen que elaborar unos datos del film, analizar física y psíquicamente dos personajes, a valorar éticamente su comportamiento y a exponer unos aspectos críticos sobre el film.

También seleccionamos un tema tratado en la película y *dialogamos acerca* de él. En casa, tienen que completar los datos sobre el tema con otros documentos.

El comentario de cada película suele llevarme cuatro clases. La primera película la comentamos todos en alto. Las siguientes las trabajan por equipos de dos o tres personas.

Matizo que así los alumnos/as se vuelven más críticos ante la imagen, liberándose de la pasividad a la que se hallan sometidos, cuando ven la tele o una película en los cines de la ciudad. No obstante, he de precisar que no pretendo formar *críticos* de cine, sino de iniciarles en lectura crítica de la imagen audiovisual, contribuyendo de este modo a su alfabetización audiovisual.

El comentario de cada película suele llevarme cuatro clases. La primera película la comentamos todos en alto. Las siguientes las trabajan por equipos de dos o tres personas. Matizo que así los alumnos/as se vuelven más críticos ante la imagen, liberándose de la pasividad a la que se hallan sometidos, cuando ven la tele o una película en los cines de la ciudad. No obstante, he de precisar que no pretendo formar *críticos* de cine, sino de iniciarles en lectura crítica de la imagen audiovisual, contribuyendo de este modo a su alfabetización audiovisual, lo que repercutirá en que aprendan a ser más críticos y reflexivos y, por ende, menos manipulables.

Señalo un matiz con respecto a 3º de BUP del curso 92/93: no han trabajado con películas, sino con otros documentos (informes, debates, reportajes, documentales...) que he centrado en cuatro temas monográficos: problemas y conflictos de los jóvenes, relaciones amorosas

No pretendo formar críticos de cine, sino de iniciarles en lectura crítica de la imagen audiovisual, contribuyendo de este modo a su alfabetización audiovisual.

y sexuales entre los seres humanos, pena de muerte y derechos de la tierra. La guía de trabajo es distinta a la de las películas: tienen que anotar unos datos previos, señalar y comentar el tema principal o un subtema del documento, poner un título al trabajo y complementar el tema elegido con otros documentos impresos o realizando una prueba de creatividad (estilo libre) sobre el mismo.

Para realizar mejor el trabajo les recomiendo que, durante el visionado del material audiovisual, tomen alguna nota para así recordar mejor los datos a recopilar.

Queda de este modo terminado todo el proceso de trabajo con dibujos, textos, prensa, historietas, películas y documentos audiovisuales.

No hacen exámenes. Tienen que entregar y aprobar los dos *dossiers*. Algunos suspenden, pero apenas hay fracaso escolar. Sí que constato niveles de mayor o menor trabajo y rendimiento.

Al final de curso les hago una encuesta anónima, en la que evalúan los contenidos, el método, mi modo de evaluar... En general, afirman que han aprendido bastante y que el método les ha resultado novedoso. Creo modestamente que he contribuido en el Instituto a que la asignatura de Ética no sea considerada una «maría» más y a considerar por parte del alumnado que en las clases de Ética también se trabaja y que no se va a ellas a pasar simplemente el rato.

3. Conclusiones

Sistematizo aquí y ahora las conclusiones, haciendo referencia a los objetivos que intento alcanzar y, por ende, a las actitudes y valores correspondientes, en los que procuro educar a mis alumnos/as, empleando el método citado.

1. Al trabajar *en equipo* desarrollan el

valor de la cooperación y de la *solidaridad*.

2. La nota es compartida (la misma para cada persona del equipo). No obstante, me fijo en quién trabaja y en quién no y ello me obliga a recoger para la evaluación no sólo los *dossiers* del coordinador/a del equipo, sino a veces de las dos personas del equipo. Desarrollan de este modo los valores compatibles de una *sana competitividad* (aspecto individual) con la *sociabilidad* (dimensión social del trabajo).

3. Los *dossiers* deben presentarlos a máquina, en un *dossier* de plástico o de cartulina. Se entrenan así en el *valor de saber hacer bien las cosas* y de *saber presentarlas adecuadamente*, aunque, matizándoles que sólo el hábito no hace al monje.

4. Se inician en la lectura crítica de las imágenes (dibujos, fotografías, historietas, imágenes audiovisuales de películas...). Aprenden así a adquirir el *valor de la alfabetización audiovisual*, de la que estamos tan necesitados, al vivir dentro de una «iconosfera» y de una «sociedad democrática».

5. La primera clase contestan -valiéndose de las guías correspondientes- a las preguntas referidas a cada apartado, y en la clase siguiente ponemos en común los datos de cada equipo. Valor del *diálogo*, previo a futuros *debates*.

6. En la puesta en común o *diálogos* surgen opiniones contrarias. Les insisto en que adquieran los valores del *respeto*.

7. A veces tienen que dar respuestas personales, aunque pueden solicitar la ayuda del compañero/a de equipo o del profesor. De ahí, desarrollo de *actitudes críticas* y *personales* ante «lo recibido» por parte de los demás.

8. El hecho de tener que seleccionar unas noticias de la prensa y comentarlas hace que *fijen su atención* en los aspectos de la *actualidad* que más les interesan. Esto hace que desa-

Tener que seleccionar unas noticias de la prensa y comentarlas hace que fijen su atención en los aspectos de la actualidad que más les interesan. Esto hace que desarrollen una actitud de curiosidad selec-

rrollen una *actitud de curiosidad selectiva* ante la realidad circundante y del medio (periódico) que la transmite, mediatizándola o manipulándola.

9. Realizan algunas pruebas de creatividad. Intento que desarrollen de este modo, el *valor de la originalidad*, de *lo personal*, frente a lo ya hecho siempre del mismo modo (estandarizado) y el *valor de cierta innovación individual* frente a *la mistificación anodina* y a un tipo de enseñanza preferentemente memorístico.

10. Las valoraciones manifestadas en sus respuestas, a lo largo de todo el proceso, manifiestan entre ellos/as *actitudes no sexistas, no racistas, no discriminatorias...*

11. A todo el curso les entrego fotocopiadas las pruebas de creatividad. *Valor de compartir lo ajeno*, a la vez que un sencillo recuerdo de su paso por las clases de Ética. *Actitudes de interés por los demás, de compañerismo, de sana competitividad...*

Para terminar estas conclusiones, formuladas en términos de objetivos y de las correspondientes actitudes y valores, he de matizar que no se trata de un método -panacea para conseguirlo todo-, sino que tan sólo *intento iniciarles* en la adquisición de las citadas actitudes y valores. La labor iniciada en clase debe completarse en otras clases (sentido transversal del tema que nos ocupa), en la familia, en la sociedad...

La experiencia es primeriza y no he evaluado todavía plenamente la eficacia del proceso y sus resultados. Sí puedo afirmar que mis alumnos/as se encuentran a gusto en clase y yo también. Seguiré investigando en esta línea, en cursos sucesivos.

4. Matizaciones últimas

1. He descubierto el alto valor didáctico

del retroproyector, máquina que no conocían mis alumnos/as.

2. Algunos alumnos/as comprueban que en esta sociedad hay personas con mucha cara o *jeta*, y que se aprovechan de los demás. Concretamente constatan esto, cuando su compañero/a de equipo se limita a firmar el trabajo. Esta experiencia lleva a alguna persona a decirme que quiere cambiar de equipo o incluso que quiere trabajar sola.

3. Hay días que trabajan poco en clase, asegurándome que se reúnen en sus casas para terminar el trabajo, que no han hecho en clase...

4. Les insisto en que por el hecho de que trabajen en equipo no tienen por qué tener las mismas opiniones. La idea de solidaridad no elimina la idea de diversidad, sino que ambas son compatibles.

5. El pensamiento conforma nuestro lenguaje y el lenguaje configura nuestro pensamiento. Me refiero a que, a pesar de hacer el trabajo dos o tres personas, emplean el singular y no el nosotros o nosotras.

6. Creo que el método que os he expuesto y que he aplicado en mis clases de Ética es extrapolable a otras asignaturas, sobre todo, del Área de Ciencias Sociales.

José María Pérez Calvo es catedrático de Filosofía, en el IB «El Portillo» de Zaragoza.

5. Referencias bibliográficas

DOMÍNGUEZ, M.L. y OTROS (1989): Materiales para la ética. Madrid, Akal.

ROJAS, E. (1993): El hombre light: una vida sin valores. Madrid, Temas de Hoy.

REVISTA «EL JUEVES», la revista de humor que sale los miércoles.

Una ventana abierta al exterior: la prensa en la Universidad

M. Loreto Cantón y Covadonga Grijalba

Se presenta una experiencia de utilización de la prensa en las clases de Francés Comercial en la Universidad. Los objetivos perseguidos han sido, entre otros, complementar el currículo del curso -escaso de tiempo-, desarrollar una metodología de investigación, potenciar la cultura interdisciplinar y las destrezas propias de la lengua francesa, en alumnos poco proclives a utilizar espontáneamente estos medios. La valoración, tanto desde la perspectiva del alumno como del profesorado, es muy positiva.

En la reciente etapa sociopolítica española, la prensa, erigida en «cuarto poder», ha ejercido una gran influencia fáctica, marcando cotas de interés muy elevadas.

Bien es verdad que en momentos concretos ha estado excesivamente centrada en temas políticos, contribuyendo -como ha sido ampliamente reconocido- a facilitar la transición, al servir de plataforma de denuncia y ayudar a crear opinión en lectores poco acostumbrados a la oferta plural que se les presentaba. El nacimiento de rotativos, que se han consolidado al amparo de las libertades estrenadas, es un exponente significativo de la vitalidad del sector, aunque haya ejemplos tristes de desaparición de otros.

En los últimos años, además de los temas tradicionales, la prensa general ha visto enriquecido su contenido con la incorporación de columnistas de relieve y secciones especializadas en temas científicos, económicos, culturales, artísticos, etc., lo que convierte al periódico en algo más que un mero soporte de noticias.

Pero es también evidente que, paralelamente a la expansión del sector, se constata una cierta degradación del uso de la lengua en estos medios. Si su poder de comunicación es grande, su responsabilidad como «modelo» es grave.

Dentro del campo de la especialización en la prensa, hoy día los temas de signo económico ocupan un lugar relevante y es fácil encontrarlos en cualquier medio. Los periódicos más importantes incluyen, diaria o semanalmente, cuadernillos especializados en este campo, que llegan a distinguirse por el color del papel, en una convención ya universalmente aceptada: el salmón o sepia. Junto a ellos han proliferado diarios o revistas referidos únicamente a la economía, y este fenómeno del periodismo económico no es exclusivo de España.

Utilización didáctica

Situándonos en el terreno de la enseñanza, entendida ésta como medio de preparación para la vida o bien como un reflejo de ella, no le es posible permanecer al margen de tan impor-

tante y accesible medio de comunicación social, aunque hayan surgido otros, los audiovisuales, que le hacen una seria competencia por la inmediatez de la información y por manejar resortes capaces de concitar el interés del gran público.

El uso de la prensa en el aula tiene ya su historia; constituye desde hace tiempo un valioso recurso didáctico o auxiliar pedagógico. Se ha convertido asimismo en objeto de estudio con contenido tanto específico como transversal.

En todos los niveles de la enseñanza, desde Infantil a la Universidad, aparecen talleres de prensa donde, tras el estudio analítico de los medios se persigue la realización de periódicos de producción propia, tanto murales como manuales.

Se aprovecha igualmente como medio para acceder a fuentes de información, desarrollando fórmulas de trabajo autónomo. Como complemento de otras áreas de conocimiento, fundamentalmente sociales, lingüísticas, plásticas, científicas, etc. También para favorecer hábitos lectores, todo ello sin olvidar el papel que desempeñan en la creación de actitudes valorativas críticas respecto a los acontecimientos, opiniones y de los mismos medios.

El aprendizaje de una segunda lengua sería difícilmente concebible hoy en día sin la aportación de los medios de comunicación, por su acercamiento a la realidad viva, por las posibilidades de aprendizaje expresivo o creativo y como fuente constante de motivación. Sería preciso rendirle un homenaje por la gran ayuda que ha supuesto su uso para los profesores del sector.

Para las clases de Francés Comercial en Empresariales hoy se dispone de un amplio

abanico de manuales muy completos.

No obstante, si tenemos en cuenta que, en cualquier orden de cosas, el ritmo acelerado de los acontecimientos hace que lo que hoy es actual pierda mañana vigencia, máxime en temas de economía, en los que parece acentuarse esta tendencia; cuando poderosos imperios dependen de un hilo y se derrumban como un castillo de naipes; cuando se evidencia que la política económica y la suerte de los negocios son sumamente cambiantes, ocurre que el toque vivo de la actualidad lo encontramos en el recurso a la prensa, que se hace eco de esta situación a diario. De ella extraemos textos complementarios enormemente valiosos para el trabajo de clase, que permiten, por una parte atraer la atención de los alumnos, profundizando su motivación y manteniéndolos permanentemente ligados a la realidad.

No podemos olvidar que trabajar con objetivos muy específicos, referidos a un contexto comunicativo en principio poco atractivo, requiere un esfuerzo dinamizador que se ve favorecido con el uso de determinado material potenciador de la creatividad.

Aquí vamos a referirnos a una experiencia no directamente curricular, sino más bien paralela.

Anualmente solicitamos de los alumnos la realización de un trabajo complementario, sea

de ejercitación práctica o de elaboración propia en los que se pide pongan en juego la creatividad.

Hasta ahora hemos venido utilizando:

a) *Corpus* previamente seleccionado por las profesoras incluyendo traducciones directas e inversas, resúmenes, redacción de cartas y otros documentos, ejercicios de comprensión, etc.

El aprendizaje de una segunda lengua sería difícilmente concebible hoy en día sin la aportación de los medios de comunicación, por su acercamiento a la realidad viva, por las posibilidades de aprendizaje expresivo o creativo y como fuente constante de motivación.

b) Supuestos sobre creación de empresas.

c) Desarrollo temático-monográfico sobre publicidad, seguros, banca, etc.

Con ellos se perseguía completar las actividades de clase, dada la escasez de tiempo destinado a esta materia en el curso. Así, a través de la ejercitación se favorece el aprendizaje práctico tan necesario en el campo profesional futuro de nuestros alumnos.

Pero la experiencia de años anteriores nos muestra que, para algunos alumnos, el trabajo se convirtió en algo precipitado, concentrado en el último momento, previo a la entrega, a modo de «atracción final», lo que nos lleva a dar un giro y proponerles algo totalmente nuevo, esto es, realizar una actividad de investigación. Pensamos que esta fórmula podría aportar otros componentes prácticos y formativos y evitaría los aspectos negativos derivados del enfoque «desenfocado» ya mencionado.

Diseño de la actividad

I. *Objetivos generales*

1. Complementar el trabajo del curso.
2. Fomentar metodología investigadora.
3. Potenciar el trabajo en equipo.
4. Integrar la realidad actual en la cultura interdisciplinar universitaria.

II. *Objetivos específicos*

1. Motivar el aprendizaje de los contenidos del programa.
2. Propiciar en los alumnos, poco inclinados habitualmente al cultivo de la lectura de prensa en general, hábitos lectores con incidencia extra-académica.
3. Contribuir a la creación de un espíritu crítico sobre lo leído.
4. Ejercitar las destrezas lecto-escritoras en francés.
5. Fomentar el manejo de periódicos y

revistas francófonas.

5.1. Familiarizarse con las secciones, artículos, etc.

5.2. Discriminar informaciones específicas de carácter económico.

5.3. Establecer comparaciones entre los «medios» de los dos países.

5.4. Descubrir componentes socio-culturales.

Características generales

- Tratamiento monográfico de un tema, de acuerdo con el contenido del programa y relacionado de forma directa o colateral con el mismo, a elegir por los propios alumnos.

- Trabajo a desarrollar por equipos de tres componentes.

- Búsqueda de la información

sobre el tema en la prensa francesa a lo largo de todo el curso.

- Resumen y análisis crítico del material recopilado.

- Presentación en documento integrado.

Calendario

Preparación

1ª fase (octubre): Presentación de la experiencia a los alumnos; organización de los grupos y elección de temas.

2ª fase (a lo largo de todo el curso): Recogida de la información en prensa francesa (excepcionalmente española, y sólo como contraste o complemento).

3ª fase: Selección, ordenación y síntesis final para su entrega el último día del mes de abril.

Aplicación

4ª fase: Explotación didáctica y evaluación.

5ª fase: Evaluación final.

La agrupación en equipos de tres alumnos obedece a la consideración de sus posibles ventajas; por tratarse de un número superior del par que hubiera podido fácilmente inducir a

El toque vivo de la actualidad lo encontramos en el recurso a la prensa, que se hace eco de esta situación a diario. De ella extraemos textos complementarios enormemente

la división equitativa el trabajo entre sus integrantes. También porque es un número suficiente para permitir, tanto el trabajo del equipo con garantías de calidad, como el enriquecimiento que de esta modalidad de tareas se deriva para sus miembros.

Desarrollo

Se les facilitaron las referencias de prensa francesa, de fácil adquisición en esta ciudad, así como de las revistas especializadas en economía disponibles en la Biblioteca. Las instrucciones fueron claras y precisas:

- A lo largo del curso debían hacer acopio de noticias relacionadas con el tema seleccionado aparecidas en la prensa diaria o en revistas, preferentemente francófonas, admitiéndose del español en una proporción minoritaria.

- Debía apreciarse en ellas la secuencia temporal de los documentos aportados. Esta consigna obedecería al deseo de paliar errores anteriores puesto que el hecho de tener que estar pendientes de la información con continuidad evitaba la ya referida acumulación final y además mantenía durante todo el curso el interés por el tema, haciéndole el seguimiento directo con sus altibajos informativos y/o diferentes opiniones sobre el mismo aparecidas en distintos periódicos, o realizadas por diferentes analistas.

- Los recortes, convenientemente fechados, se presentarían recopilados en un documento.

- Como colofón y núcleo importante del trabajo, se acompañaría un resumen del material recopilado, junto con el comentario final demostrativo de la asimilación del tema.

Temas

La elección de tema, que fue hecha libremente por los equipos, sólo en contados casos hizo necesaria la reconducción de su opción.

No tuvimos inconveniente en que algunos temas se repitieran ya que el tratamiento sería sin duda completamente distinto, hecho que quedó constatado al final.

El repertorio de temas elegidos fue ade-

cuado a los cursos primero y segundo: la moneda, el comercio exterior, la agricultura y el GATT, la banca, el mercado de trabajo (el paro, las huelgas, etc.), la industria, los transportes, la bolsa, la publicidad, relaciones de Francia con la CEE, relaciones de Francia con terceros países, etc.

Resultados y valoración final

De acuerdo con la información posterior, los alumnos, dentro de cada equipo, se repartieron las tareas, llamémosles materiales; semanalmente y de forma rotativa se encargaban de adquirir la prensa y consultar las revistas. Nos preguntaban dudas sobre el vocabulario aparecido y hacían comentarios acerca de lo que iban descubriendo y de la marcha del trabajo.

Presentaron trabajos de muy variada respuesta; así, algunos hicieron resúmenes de todas y cada una de las reseñas de prensa seleccionadas; otros acompañaron el comentario global al final, comprensivo de todo el material, bien del desarrollo del tema a lo largo del año, bien enfocado como una conclusión personal ejemplificada de las noticias relevantes.

En todos los casos, el trabajo se introducía con un estudio de información teórica bastante completo obtenido mediante consulta de obras específicas, generalmente en español, que resumieron y tradujeron, lo que añade otras cualidades positivas a la propuesta.

La presentación material fue en general muy aceptable, alcanzando en algunos casos niveles de gran calidad, con alardes de creatividad digna de ser resaltada tratándose de contenidos tan pragmáticos.

Valoración

a) Desde el punto de vista de los alumnos

Con el fin de disponer de elementos de juicio acerca de la validez del trabajo se recabó la opinión de los alumnos sobre el mismo, mediante una encuesta a fin de curso y sus respuestas fueron del tipo:

- Hemos aprendido mucho sobre el tema.
- Nos ha obligado a leer muchos textos.
- Nos ha servido de bastante.

- El trabajo en equipo ha sido más enriquecedor (algunos, pocos, sugieren que el mismo trabajo lo preferían individualmente).

- Se hace más llevadero y ameno que el *corpus* del curso pasado (respuesta de los de 2º curso).

- Hemos aumentado mucho el vocabulario.

- Al buscar nuestro material hemos ojeado de paso otras secciones del periódico y lo hemos conocido mejor.

- De no haber sido por el trabajo, no se nos hubiera ocurrido leer prensa en francés.

También negativas (generalmente en alumnos con bajo nivel de francés):

- Nos ha quitado tiempo para otras asignaturas.

- No sirve para nada.

b) Desde la óptica de las profesoras:

Nuestro análisis lo realizamos con una doble perspectiva:

1. En relación con la utilidad que podía haber aportado a los alumnos

Consideramos la actividad útil, práctica, formativa. Estimamos que ha cumplido ampliamente los objetivos marcados, tanto en el terreno de los conocimientos a consolidar y ampliar como del procedimiento seguido para su realización.

El acercamiento a la realidad y la vivencia directa de estos medios les ha obligado a salir de posibles rutinas adquiridas, fomentándose la metodología investigadora.

Ha habido mayor implicación de los alum-

SÍNTESIS DE LA EXPERIENCIA

	FASES	MODALIDAD	RESPONSABLES	CALENDARIO
P R E P A R A C I Ó N	1ª Presentación	Informativa Organizativa	Profesores Alumnos	Octubre
	2ª Recopilación	Investigación selectiva	Alumnos en equipo	De Noviembre al 30 de
	3ª Elaboración	Statuss	pequeño	Abril

A P L I C A C I Ó N	4ª Explotación didáctica y evaluación	Expositivo- informativa	Equipo de alumnos- Clase	Mayo
	5ª Evaluación final	Valorativa	Profesoras Alumnos	Junio

nos en su propia formación.

Además del conocimiento concreto del tema, han enriquecido su preparación con aspectos socioculturales y de contraste franco-hispano.

2. En relación con la ulterior explotación de los trabajos

El trabajo no se limitó a lo expuesto, (realización y presentación para ser calificado), aunque consideramos que con ello ya había servido a los fines previstos, sino que tuvo una aplicación posterior, cual fue su utilización como documento de apoyo para la realización de la prueba oral final.

El desarrollo de la misma consistió, por una parte en la exposición/defensa del trabajo a cargo de los tres miembros del equipo; a continuación en responder a las preguntas formuladas por la profesora, que tendían a profundizar en una triple dirección: a) el proceso de elaboración del trabajo; b) detectar el grado de participación y compromiso de los componentes del grupo; y finalmente c) comprobación de la asimilación del contenido propiamente dicho; esto permitió que se generase una actividad comunicativa motivada por una experiencia que se había iniciado ocho meses atrás.

Conclusión

Apuntamos una sugerencia que puede mejorar lo expuesto y que constituye nuestra autocrítica, ya que no pudimos ponerla en práctica.

Los trabajos podrían exponerse previamente ante la clase; de esta forma se beneficiarán todos los alumnos con la investigación de los distintos equipos. Dado que cada grupo ha

profundizado en un tema, no ha podido llegar al grado de conocimiento de los demás por lo que oír lo que sus compañeros han realizado no puede ser sino positivo. Esta sería la 4ª fase de aplicación de la experiencia que puede aprovecharse para una evaluación tanto de la exposición como del grado de participación de los demás alumnos. Esta fase la denominamos explotación didáctica y evaluación.

Por falta material de tiempo, saltamos de la 3ª a la 5ª fase. Esta última consistió en la calificación propiamente dicha de los trabajos presentados en los que tuvimos en cuenta:

- Presentación material
- Cantidad y calidad de las noticias aportadas en relación con el tema y su complejidad.
- Contenido de la síntesis-comentario final.
- Aspectos formales de escritura (estructuras, vocabulario, ortografía, etc.)

Ignoramos cuál habrá sido el poder de transferencia a otras materias de esta actividad, ni si el trabajo ha sido capaz de ir más allá del curso, es decir, si ha conseguido crear hábitos y ha habido continuidad en la lectura espontánea de noticias de tipo económico, pero sin lugar a dudas el aprendizaje realizado no habrá caído en saco roto y les habrá servido para su futuro como estudiantes o profesionales.

Consideramos que el trabajo, cuya experiencia se relata aquí, de recopilación/investigación, debe situarse en el curso 2º, cuando los alumnos ya poseen una visión más amplia de los temas programados.

**María Loreto Cantón Rodríguez y
Covadonga Grijalba Castaños son profesoras
de la Facultad de Ciencias Económicas y
Jurídicas de la Universidad de Almería.**

Realizar un documental

Miguel Ángel Biasutto

El autor nos explica las posibilidades de la realización de un documental haciendo hincapié más en los aspectos relativos a la intencionalidad del realizador, que en los aspectos puramente técnicos. Se trata más de saber qué queremos transmitir que de manejar correctamente una cámara de vídeo.

En general, son mal llamados documentales todas las películas o grabaciones en vídeo que se relacionan con bodas, escenas familiares o viajes turísticos, ya que muchas veces son solamente reportajes sobre un tema que ocurre sin nuestra participación.

El verdadero documental puede abarcar un campo muy grande: dar a conocer un oficio, una actividad, un hecho en especial, etc., siendo sus aplicaciones aún mayores. Su característica principal es la de dar a conocer hechos apartados de la ficción de la fantasía.

La definición de documento puede ser la de «un instrumento con el cual se prueba o se hace constar algo». De ese modo el documental audiovisual (vídeo, cine, montaje de diapositivas) es el registro de un acontecimiento de la realidad, tomado en el momento en que ese hecho está ocurriendo y con el cual se pretende probar o hacer constar algo luego en su exhibición.

Profesionalmente a las películas se las divide en dos clases: argumentales, lo que igualmente se les puede llamar obras de realidades, y de ficción. También se considera documental a toda película o vídeo donde no intervienen actores interpretando determinados papeles, aun cuando haya un argumento o línea narrativa.

Cualquier tema puede ser tratado desde el punto de vista documental. La intencionalidad expresiva y el sentido estético es material importante en la realización del motivo, asunto o tesis que tratemos. Constituye una experiencia apasionante para cualquier aficionado. No se debe tomar como un género menor dentro del campo de la comunicación audiovisual. La enorme posibilidad que posee el vídeo para reproducir la realidad (ya sabemos que con sus condicionantes), nos proporciona, por medio de imágenes y sonidos fieles a la realidad, todo tipo de facilidades para transmitir sentimientos y emociones.

Es realmente un reto a la creatividad, ya que debemos trabajar con una historia que ya existe y con la cual, de acuerdo a nuestros criterios artísticos y técnicos, crearemos una narración de un hecho real, de forma que llegue al espectador con una mayor carga emotiva o de cualquier otro fin. Los campos de aplicación son diversos, ya que así es la actividad del hombre: política, sociológica, etc., y de los cuales podemos tomar temas a desarrollar.

Dentro de la categoría de documental se incluye el reportaje, que se elabora en base a un acontecimiento que ocurre de verdad. Aun cuando tiene características peculiares de mayor informalidad, tanto en el aspecto técnico

como en el artístico y sobre todo en el temático, muchas veces se los confunde. Lo importante es realmente el tema que se pretende mostrar y no su tratamiento formal.

Generalmente este tipo de grabaciones se hace sin una preparación anterior. La acción se desarrolla muchas veces en forma espontánea y en poco tiempo. En cambio, el documental exige una reflexión más amplia sobre lo que se trate. La idea es comunicar conceptos determinados en base a elementos (imágenes y sonidos reales) que se seleccionan y ordenan de acuerdo a ese fin u objetivo propuesto. Mientras que en el reportaje las cosas pueden ocurrir imprevistamente, sin ningún control por parte del cámara o realizador, en el documental se puede prever la acción u ordenar ciertos aspectos formales de angulación, posición de la cámara, iluminación y hasta la duración de lo que sucede.

Formas de abordar su realización

El desarrollo de los elementos técnicos en cuanto a calidad, tamaño reducido, poco peso y facilidad de manejo ha permitido trabajar con un medio en el que su lenguaje está evolucionando constantemente. Grabar con muy poca iluminación, la direccionalidad de los micrófonos, los alcances de los objetivos *zoom* y lo relativamente barato en utilizar el soporte para la imagen y el sonido influye en que se logren enormes cantidades de material documental, pero en muchísimos casos son de muy dudosa calidad, tanto estética como en expresividad de los temas que se desean comunicar.

Casi siempre hay una urgencia por grabar sin saber con claridad hacia donde se ha comen-

zado a andar. La obra va surgiendo a medida que se graba, escapándose muchas veces al control del realizador. Este estilo de construir puede ser interesante dentro de una experiencia como forma de aprendizaje, pero bastante perjudicial cuando la idea es la de hacer una obra que debe presentarse ante un público heterogéneo y al cual se pretende conmover o comunicar algo muy preciso.

La forma de trabajo que aquí se expone tiene carácter informativo, ya que no es el único ni el mejor de los sistemas, pero es un punto de partida para que el lector pueda crear el suyo propio cuando se enfrente con una propuesta similar.

El tema se elige por diversas razones: para utilizarlo en el campo didáctico, sociológico, experimental de tipo formal o estético, o simplemente por poseer la documentación de unos hechos que emocionalmente nos interesa conservar. Pero también vale la posibilidad de que sea otra persona o entidad quien lo encargue, con lo que más aún debemos programarlo, dentro de lo posible, con la mayor cantidad de

pasos a seguir en la realización del documental.

Todos sabemos que es casi imposible concebir un guión que abarque el panorama general de la realización, cuando nos referimos al documental. Pero se pueden hacer ciertas anotaciones que permitan un trabajo

más controlable para el mejor ordenamiento posterior.

La idea general debe aparecer, desde el principio, cuando nos referimos al documental. Pero se pueden hacer ciertas anotaciones que permitan un trabajo más controlable para el mejor ordenamiento posterior.



La idea general debe aparecer, desde el principio, como guía que orientará e inspirará la totalidad de la obra, aunque muchas veces esa inspiración llega cuando se ha grabado parte del material y comienzan a surgir distintas formas de tratamiento. Ese ordenamiento puede hacerse desde cuatro aspectos:

- De lo real a lo abstracto
- De lo conocido a lo desconocido
- De lo inmediato a lo lejano
- De lo cercano a lo lejano.

Se debe buscar siempre la síntesis, con escenas breves pero suficientes. Si es posible, que encierren conceptos claros; esto ayudará luego a la posible edición de todo el material, y si no es factible hacer este paso en forma separada, como profesionalmente se trabaja, debemos pensar muy bien antes de «disparar» la cámara en cada una de las tomas que iremos editando a medida que elijamos cada plano. Cada una de ellas, en cualquier tipo de obra, debe poseer una razón, un motivo verdadero que justifique su presencia en el vídeo.

Uno de los objetivos en el documental es procurar que el espectador, luego de la proyección, sepa mucho más sobre el propio tema de la obra de lo que sabía antes de verla, y que al mismo tiempo le haya hecho pasar un buen rato.

En la estructura del género documental, debemos procurar realizar y trabajar con tres tipos fundamentales de planos:

- Planos de ambiente o ubicación
- Planos que sostienen la historia y la acción
- Insertos o planos de defensa.

Lógicamente si se hace una edición posterior de estos planos se ordenan selecti-

vamente, pero si el montaje está realizado en la propia cámara, debemos procurar ordenar nues-

tras ideas de totalidad de la obra. En este caso sólo trabajaremos con los dos primeros.

1. Preguntamos ¿qué ocurre aquí? Para ello procuraremos investigar lo más posible sobre lo que pasa o pasará, ya sea consultando a la gente, leyendo folletos y libros o por otros

medios, para empaparse de esa realidad y asumir una actitud crítica creando una pequeña «historia» o hilo conductor que ordenará mejor el desarrollo. Apuntes escritos o grabados en magnetófono ayudarán eficazmente.

2. De esta reunión de datos podemos partir para referenciar nuestras propias opiniones y enfoques del tema. Nos valdrá también para cuidar mejor la expresión plástica de la imagen. Toda información es siempre muy útil para ordenar ideas y sobre todo para cuando se va a trabajar en forma directa, no habiendo tiempo ni espacio para selecciones muy profundas.

3. Plantear las posibles líneas narrativas es ya dar el «enfoque» del tema investigado. Esta estructura definitiva del documental permitirá hacer un pre-guion del que surgirá la forma documental más apropiada para el tema o las inquietudes del realizador: reportaje, cámara oculta, cámara participante, *videoverdad* o reconstrucción de partes de las escenas.

4. Grabación del trabajo ya desarrollado «en el papel» del que, al menos en una mayor parte, no surgirán sorpresas. Elegir los lugares estratégicos y esperar con todos los sentidos alerta. Esta tarea de hacer vídeo tiene mucho de cazador-realizador que va detrás de su presa. En caso de poder editar posteriormente, es conve-



niente la opinión de una persona que conozca el tema pero que no haya participado de la grabación, así dará más objetividad y precisión al trabajo.

5. La exhibición de la obra, según el tema tratado, es beneficioso hacerla frente a los que han participado como protagonistas. Es una manera de establecer en qué medida hemos alcanzado penetrar en esa realidad. También es conveniente preparar al público, si no conoce bien nuestras intenciones con el trabajo, ya sea por medio de información general del tema o por algunos aspectos técnicos argumentales del documento, para una mejor comprensión de nuestros esfuerzos.

Manejar correctamente la cámara de vídeo



no autoriza a decir que se sabe hacer buen vídeo, ya que ambas cosas son muy distintas;

aunque lo primero es sin duda complemento de lo segundo. Es innegable que una experiencia sólida en la utilización de los adelantos técnicos es un paso de avance en el camino hacia la evolución del medio. Bien realizado es una arma de gran impacto que nos permite un mayor

acercamiento a la realidad, para un honesto análisis y una mayor difusión de la verdad por medio del hecho espontáneo, de lo auténtico; en una palabra, de lo documental.

Miguel Ángel Biasutto es profesor de la División de Recursos Didácticos del ICE de la Universidad Politécnica de Madrid.

La prensa en un EATP sobre aspectos socioculturales de Gran Bretaña

Cultura y civilización británicas

Carmen Castro Rodríguez

En este artículo se explica cómo es esta asignatura, que surgió para remediar una situación a la que ha puesto solución la Reforma. Asimismo se cuenta cómo usar la prensa como un medio auxiliar muy importante en una asignatura de EATP, al mismo tiempo que se les fomenta a los alumnos el hábito de leer periódicos y de comentar las noticias que hayan leído.

En el Diseño Curricular Base de Lenguas Extranjeras, se da una gran importancia a los aspectos socioculturales de los países en los que se hablan las lenguas estudiadas. No podía ser de otra forma, ya que con demasiada frecuencia los profesores de Inglés, hemos podido comprobar que nuestros alumnos no saben prácticamente nada sobre Gran Bretaña, a pesar de que llevan varios años estudiando inglés. Sólo saben los cuatro tópicos que conoce todo el mundo. Esta importante laguna va a quedar salvada con las directrices de los DCB que en su apartado de aspectos socioculturales para Secundaria -también en Primaria- se hace especial hincapié, porque indica en cuanto a **conceptos**, entre otras cosas:

- «Aspectos de la cultura y de la sociedad de los países donde se habla la lengua extranjera estudiada, cercanos a los intereses y motivaciones de los alumnos».

- «El medio en el que se vive en algún otro país: aspecto físico de alguna ciudad: calles, servicios públicos, tiendas, conservación del medio ambiente, consumo, calidad de vida etc».

- «El mundo de los jóvenes: estudios,

trabajo, deportes, tiempo libre, música, vídeo, comics, cine, etc».

- «Medios de comunicación: revistas para jóvenes, programas de radio y televisión, etc».

En el apartado relativo a **procedimientos**, podemos ver:

- «Análisis de determinados aspectos socioculturales de los países donde se habla la lengua extranjera estudiada».

- «Utilización de los conocimientos adquiridos de la lengua extranjera para interpretar los mensajes presentes en el medio (anuncios en periódicos, en establecimientos públicos, etc.)».

- «Utilización de materiales orales y escritos auténticos procedentes de distintas fuentes con el fin de obtener las informaciones deseadas».

Por lo que respecta a las **actitudes**, también podemos encontrar:

- «Curiosidad, respeto y valoración crítica de las formas de vida y de otros aspectos socioculturales de los países donde se habla la lengua extranjera estudiada».

- «Valoración del enriquecimiento perso-

nal que supone la relación con personas pertenecientes a otras culturas».

- «Actitud receptiva ante las informaciones disponibles en la lengua extranjera».

Sólo he copiado algunos puntos de cada apartado, pero creo que son suficientes para darnos cuenta de la importancia que se le da a estos aspectos culturales, que han estado durante mucho tiempo postergados.

Como se ha dicho antes, los alumnos suelen tener un desconocimiento grande sobre estos temas, que muchas veces no se pueden ver en clase con la extensión necesaria. Por esta razón me surgió la necesidad de crear una asignatura, de las EATP, donde se estudiaran en profundidad los aspectos socioculturales de Gran Bretaña, que más interesaran a los alumnos. En el año 1989, presentamos el proyecto en el IB «San Pablo» de Sevilla, y en el año 90 empezamos las clases de la nueva asignatura que se llama «Cultura y Civilización Británicas». Ya llevamos tres años con la asignatura y vemos muchos temas de los que han sido recogidos posteriormente en el Diseño Curricular Base.

Lo fundamental de esta asignatura es enseñar y aprender cultura británica mediante técnicas de estudio que deben practicar, como son los esquemas, resúmenes, toma de apuntes, etc. La metodología es muy variada y se busca sobre todo que los alumnos disfruten mientras aprenden. Para ello utilizamos películas de vídeo, documentales grabados de la televisión, montajes de diapositivas, juegos, rompecabezas...

Pero no me interesaría que mis alumnos supieran mucha cultura británica y poco de la española o andaluza, que son las culturas en las que ellos están inmersos. Por ello, siempre que vemos algún tema británico lo relacionamos

con el tema correspondiente español y andaluz. Por ejemplo al hablar de las fiestas inglesas, vemos también las españolas y las locales. O como ocurre con el tema de Londres. Hay un itinerario de los muchos que se pueden hacer en Londres, que se llama «Londres Azul». Está formado por las casas de personajes célebres que han vivido en Londres a lo largo del tiempo,

que suelen estar amuebladas como lo estaban en la época en que esos personajes vivían y están llenas de recuerdos de ellos. Estas casas tienen en la fachada una placa azul en la que está escrito el nombre del personaje, por qué es célebre y la fecha en que vivió allí o en la que nació y murió. Pues bien, mis alumnos tienen que hacer un trabajo en el que escriban las distintas placas que hayan visto en las calles de su ciudad, a quién hacen referencia, por qué es célebre el personaje, en qué calle está... Este trabajo se lo suelo encargar para después de Navidad, ya que en esos días suelen salir mucho y al mismo tiempo que van por las calles pueden fijarse en las placas que vean. Me han dicho que

además de ser un trabajo entretenido, han aprendido mucho sobre su ciudad.

Todos sabemos que por desgracia nuestros alumnos suelen leer muy pocos libros y periódicos aún menos. Por eso me propuse desde el principio que mis alumnos adquirieran el hábito de leer periódicos, ya que me parece una de las mejores costumbres que se pueden tener. Así que en esta asignatura utilizamos la prensa como un material de apoyo muy importante.

Esta utilización de la prensa se hace bajo dos aspectos: mis alumnos tienen como una tarea fundamental leer un periódico todos los domingos, por ser el día en que la mayoría de las familias lo compran. Después de leído tienen que recortar cualquier noticia que venga sobre

La metodología es muy variada y se busca sobre todo que los alumnos disfruten mientras aprenden. Para ello utilizamos películas de vídeo, documentales grabados de la televisión, montajes de diapositivas, juegos, rompecabezas...

Gran Bretaña, Irlanda o Estados Unidos y pegarla en un cuaderno que tienen a tal efecto. Este cuaderno yo lo reviso y califico.

Posteriormente dedicamos parte de las horas de clase a comentar las noticias que han leído y recortado. Casi siempre la misma noticia está extraída de distintos periódicos, lo que nos da la posibilidad de comparar los distintos enfoques que podemos encontrar en la prensa. Además la prensa nos sirve como punto de partida para ver algunos temas, ya que muchas veces recortan noticias sobre el Parlamento, o sobre el primer ministro que ha hecho tal o cual cosa...; esto nos da pie a que veamos el Parlamento español, las funciones del presidente del Gobierno...

Por lo general, los alumnos sólo leían los

programas de televisión o las páginas de deportes. Ahora espero que tengan una visión más amplia y real del mundo, aunque en principio lo hagan como una tarea más de clase. Una vez conseguido el hábito de leer el periódico, aunque sea sólo el domingo, estamos en camino de que se conviertan en lectores habituales.

Esta utilización de la prensa en clase se puede hacer en cualquier asignatura que trate temas de actualidad. Quizá al principio haya que obligar un poco a los alumnos a que lean periódicos, pero resulta enriquecedor e instructivo, y a la larga muy satisfactorio.

Carmen Castro Rodríguez
es licenciada en Filología Inglesa y
profesora de un Instituto de Sevilla.

REFLEXIONES

El papel de la comunicación en la Educación Ambiental**Los medios al servicio del medio**

Juan Carlos González Faraco

Crisis ecológica y explosión informativa son dos de los atributos esenciales de las sociedades postindustriales. Tanto la intercomunicación como la degradación ambiental han alcanzado cotas planetarias e ilustran la gran interdependencia que ata a todos los países y regiones del globo. Hoy, más que nunca, el hombre construye su entorno relacionándose con él a través de mediadores, códigos y sistemas netamente artificiales, entre los que destacan los medios de comunicación de masas. Si hemos de plantear, tal como hace la Reforma educativa en curso, una educación en favor de la conservación del medio ambiente, habremos de servirnos como fuente de información y debate y como recurso didáctico de esos medios, cuya impronta en las actitudes ambientales de niños y adultos es tan sustantiva.

1. Cuando el medio ambiente es el mensaje...

Todavía, en las serranías y en los llanos del sur de España, cualquiera puede observar cómo los buitres trazan círculos en el aire, transmitiendo a sus congéneres el hallazgo de una presa. La noticia puede, con ese elemental sistema de señales, recorrer cientos de kilómetros de distancia y ser así compartida por muchos individuos. Los campesinos de cualquier región del planeta han aprendido a leer éste y otros lenguajes naturales y entender su significado, gracias a la experiencia acumulada y transmitida por sus antepasados y a su propia observación cotidiana. En muchas culturas, como las que poblaban la América precolombina, el chamán era la persona que poseía el don extraordinario de la interpretación de los fenómenos de la naturaleza: los signos celestes, la gestos de los animales, los sonidos del viento... En esas culturas preagrarias o

incluso agrarias, la sociedad humana es parte de los sistemas naturales, ante los que se somete y de los que extrae, con ninguna o con escasa tecnología, sus recursos básicos.

Con el advenimiento y expansión de la sociedad industrial, esos sistemas sufren el impacto del incontenible avance de los sistemas urbanos y los nuevos modos de producción y consumo de bienes manufacturados. El último eslabón de este proceso lo constituye por fin y por ahora la llamada sociedad post-industrial. En ella, se invierte la antigua y original pertenencia del hombre a la naturaleza y se alzan, dominantes, los sistemas artificiales, en un medio controlado por el hombre mediante tecnologías muy avanzadas, en las que sin duda ocupan un lugar preferente las que conciernen al mundo de la comunicación y de la información (Dillon, 1993; Caivano, 1992; Inglehart, 1991; Roda, 1989). El medio

ambiente esgrime en esta era su mensaje (amenazador y terco) a través de *otros lenguajes*, frente a los que somos muchas veces auténticos analfabetos.

Las generaciones de este fin de siglo han nacido y crecido, pues, en un entorno marcado, codificado y definido por esos medios masivos que son, como decía McLuhan (Souchon, 1977: 278), «prolongaciones de nuestros sentidos». Gracias a ellos, estas generaciones conciben el planeta como una *aldea global* interconectada en fracciones de tiempo que escapan a las mediciones comunes. De igual modo pueden observar la interdependencia mundial y el arrollador dinamismo de los procesos sociales y económicos y también, a consecuencia de ellos, los graves procesos de degradación ecológica de los ecosistemas y el creciente expolio de los recursos naturales. Por eso, cuando las generaciones futuras vuelvan los ojos al pasado, este tiempo que corona el fin de un milenio representará en su análisis del curso histórico, además de la eclosión de la cibernética y la comunicación de masas, un punto negro de inflexión en las relaciones del hombre con el medio.

Ante la evidente gravedad de la crisis que enturbia esas relaciones, desde mediados del siglo se ha ido gestando y expandiendo el conocimiento y la conciencia de sus características y de su magnitud. Esta conciencia ha adoptado incluso las formas de una corriente de opinión o movimiento multiforme que oscila entre la superficialidad de una moda y el radicalismo ecologista más militante. Lo verde, lo ecológico, lo natural, en sus muchas versiones, se han convertido en parte de una cierta *ideología* que salpica la vida cotidiana y de la que no son ajenos sino más bien corresponsables los medios de comu-

nicación, como portavoces de la *vox populi* y del aparato de producción y consumo. En muchas capas sociales se puede observar la revalorización de lo rural frente a lo urbano, el deseo de una *vuelta a las raíces*, a la pureza del campo y a los espacios libres. Estos deseos y estas ideas tienen algo de mistificación -forzada por los estragos psíquicos que ocasiona el estilo de vida urbana-, en tanto contienen una percepción de lo natural como lo inmaculado, es decir, como lo ajeno a los avatares y las obras del hombre. En una significativa proporción, estas concepciones cargadas de «prejuicios» han sido *inventadas* por los *mass-media*, cuyas funciones sociales de *vigilancia y foro*

son cada día más evidentes y efectivas, como singularmente lo delata el tipo de consumo al que tienden las familias *urbanitas* en su tiempo de ocio (Tolentino, 1987; Montero, 1989; Menéndez y otros, 1989).

Nadie puede poner en duda que las relaciones del hombre con su medio están mediadas o intervenidas por lenguajes que constituyen un elemento del patrimonio cultural comunitario, antes más idiográfico y localista, ahora más universal pero también más uniforme. El entorno es una construcción lingüística que resulta de múltiples interacciones sociales y que es menester descifrar. En efecto, lo que sabemos, lo que percibimos y lo que valoramos no proviene

ya de relaciones directas, cuerpo a cuerpo, con el entorno, sino de las informaciones y los juicios, abierta o implícitamente contenidos en gran parte dentro de los medios de comunicación, como muchos ecólogos, etnólogos y psicólogos han afirmado y verificado en multitud de ocasiones (Pol i Urrutia, 1981; González Bernáldez, 1981; Coulon, 1987; Jiménez y

**Lo que sabemos,
lo que percibimos
y lo que valoramos
no proviene ya de
relaciones directas,
cuerpo a cuerpo,
con el entorno,
sino de las informaciones
y los juicios, abierta o
implícitamente
contenidos en gran
parte dentro de los
medios de comunicación.**

Aragonés, 1986; Castro, 1990; González Faraco, 1992). El medio ambiente es, ahora, inseparable de los «medios», incomprensible sin recurrir a sus códigos semánticos.

2. Medios y Educación Ambiental

En el mundo educativo, la conciencia de esta crisis ecológica generalizada ha propiciado la génesis de un nuevo campo para la teorización y para la acción: la *Educación Ambiental*, primero en espacios no formales relacionados, en muchos casos, con el movimiento ecologista, y más tarde en el propio sistema reglado por influjo de ese movimiento y gracias al *voluntarismo* de las vanguardias docentes más comprometidas e innovadoras, aunque partiendo de una trayectoria previa en nada desdeñable (Sevillano, 1987).

En nuestro país, por fin y después de su lento e irregular despliegue escolar, con la promulgación de la LOGSE en 1990 y con la paulatina reglamentación de las distintas etapas de las enseñanzas no universitarias (Consejería de Educación, 1992a), el Sistema Educativo se hace plenamente eco de la necesidad de una educación en favor del medio ambiente, regulándola como parte del currículum dentro del grupo de *ejes o materias transversales* (Consejería de Educación, 1992b; Varios Autores, 1992a; García y García, 1992; Cuello y otros, 1992). En Andalucía, esta *materia* ha alcanzado incluso la categoría de programa específico encarnado en el llamado Programa *Aldea* (1992), conjuntamente patrocinado por la Administración educativa y la medioambiental.

En cuanto a los medios de comunicación, la situación es diferente. Son, sin duda alguna, objeto de reiterada referencia directa o indirecta en los decretos que regulan las enseñanzas no universitarias, pero no han sido definidos expresamente como materia transversal, ni menos aún como disciplina concreta -como sucede en la educación británica, por ejemplo-. Sin embargo, y si se leen con detenimiento los textos que establecen los objetivos, los contenidos y los recursos de las

áreas, cualquiera puede detectar la presencia múltiple de *los medios* en todos y cada uno de estos componentes curriculares. En otras palabras, *los medios, de facto*, constituyen en todos los sentidos el más transversal de los ámbitos de los nuevos currícula (Feria, 1993).

En las líneas de actuación o subprogramas que contempla el Programa «Aldea», el empleo de los medios parece inexcusable, aunque a nuestro juicio haya que lamentar una cierta escasez de referencias explícitas a ellos. Tal vez porque se sobrentienda su conveniencia, a la luz de las recomendaciones curriculares que recogen los documentos editados hasta el momento. Estos focos de atención son: información y sensibilización, formación del profesorado, elaboración de materiales didácticos, utilización de recursos del medio e innovación e investigación educativas. En todos, tanto la prensa escrita como los medios audiovisuales constituyen referentes necesarios, especialmente si la posición epistemológica de la que se parte -la misma que sostiene la Reforma actual- es de tipo *constructivista*, y entiende que el conocimiento es una *construcción social*, que el aprendizaje ha de ser significativo para quien aprende y que la enseñanza ha de partir de las concepciones previas de que disponen los alumnos (Carretero, 1993; García y Cubero, 1993; García y García, 1989). En la Educación Ambiental, éstas deben constituir un punto de arranque siempre pues los contenidos y valores ambientales no necesariamente se corresponden con las percepciones y valoraciones que los niños hacen *a priori* del medio y su problemática (Anderson y Moss, 1993; Brinkman y Boschhuizen, 1989).

El origen de esas *concepciones*, que engloban conocimientos, imágenes subjetivas y actitudes, hay que buscarlo en las «circunstancias» que en nuestro tiempo enmarcan la *interacción* de los niños y los jóvenes con el medio. En esas «circunstancias» hay que incluir tanto los contenidos como las formas predominantes y la intensidad de esa interacción. En éste como en otros campos de la vida de los individuos en la sociedad presente,

está más que probado y hasta estimado en porcentajes que, en esa tripleta de aspectos, se llevan la palma los medios de comunicación. Recogiendo otros estudios, D. Bartolomé (1989: 247-248) indica que el 70% de los conocimientos, el 78% de las conductas sociales y el 67% de los comportamientos personales de los adultos sin formación universitaria -o sea, de la mayoría de la población- «reciben un gran influjo» de los *mass-media*.

Alonso, Benayas y Ruiz (1991) han indagado, por ejemplo, sobre la influencia de los medios de comunicación en la percepción que los niños tienen de los animales. Afirman, en relación con la utilización de temáticas ambientales por la publicidad, que ésta alcanza así gran relevancia por cuanto «es un medio de influencia clara respecto a la determinación y modificación de actitudes sociales frente al medio ambiente» (ibidem: 565). En los conocimientos que adquieren y en las actitudes que los niños adoptan respecto a los animales, el impacto de los *medios* y en particular el de la publicidad es manifiesto y considerable, pues constituye el modo de contacto más usual entre los niños y los animales, casi el único en las áreas urbanas, pero también y cada vez más importante en las zonas rurales. Nosotros mismos, en el curso de los trabajos que estamos desarrollando en el área del Parque Nacional de Doñana (SW de Andalucía, España), hemos podido constatar ese hecho: que la información sobre la naturaleza en particular y sobre el medio en general, incluso estando próximo como lo está este espacio protegido para los niños de su entorno, proviene principalmente de fuentes indirectas, entre las que ocupan lugar preferente la televisión y las publicaciones periódicas.

No es menester abundar más en algo que resulta tan fácilmente verificable. Como en tantas otras ocasiones, la cuestión afecta más

bien al campo de la aplicación práctica. Es decir: lo que importa es definir y exponer las virtualidades educativas que los medios de comunicación contienen y representan para la Educación Ambiental, y desde luego, difundirlas entre los profesores para que las apliquen en las escuelas cada día (Montero y otros, 1989;

Novo, 1991). Esas virtualidades son muchas y diversas, tal como hemos podido colegir a lo largo de las argumentaciones precedentes. Consisten de manera resumida en las que siguen:

- Los medios de comunicación, en su extensa variedad (Aguaded, 1992), constituyen una fuente básica de información y/o divulgación ambiental para una educación en favor del medio ambiente, en función de su nivel de especialización y características técnicas (Montero y otros, op. cit.).

- Representan un material imprescindible para fomentar actitudes críticas ante las cuestiones ambientales, su debate social y su resolución. Su pertinencia es indiscutible en la puesta en marcha de técnicas grupales, en modos de aprendizaje por investigación y en sistemas didácticos de resolución de problemas.

- Son un recurso didáctico necesario y de fácil empleo -dada su plena interdisciplinariedad- en todas y cada unas de las disciplinas que, de manera transversal, deben introducir la Educación Ambiental en los currícula escolares (García y García, 1992; Cuello, 1992).

- En tanto que «lenguajes», los medios de comunicación resultan ser altamente motivadores y muy próximos al mundo de los niños y de los jóvenes; esas cualidades pueden ser aprovechadas para mejorar la eficacia de la transmisión de mensajes ambientales.

- Son por todo ello un ingrediente imprescindible en la formación ambiental de los educadores, tan precariamente atendida hasta ahora por los centros universitarios con responsabilidad en esta tarea.

Lo que importa es definir y exponer las virtualidades educativas que los medios de comunicación contienen y representan para la Educación Ambiental.

- Y desde luego y por último, resultan una vía y un recurso obligado para programas educativo-ambientales en ámbitos no formales o en programas escolares con proyección comunitaria, que en la Educación Ambiental son, por otro lado, muy frecuentes (Hernández, 1987; Sureda, 1987).

Juan Carlos González Faraco es profesor de la Universidad de Huelva.

Referencias bibliográficas

- AGUADED GÓMEZ, J.I. (1992): «Audiovisuales para una escuela renovada. Viaje por los medios», en *Medios audiovisuales para profesores*. Huelva, ICE y CEPs; pp. 73-96.
- ALONSO, BENAYAS y RUIZ (1991): «Percepción de los animales por los niños. La influencia de los medios de comunicación» en CASTRO, R.: *Psicología Ambiental: intervención y evaluación del entorno*. Sevilla, Arquetipo; pp. 565-569.
- BARTOLOMÉ CRESPO, D. (1989): «La Educación Ambiental y los Medios de Comunicación», en *Actas del Congreso Internacional sobre Educación Ambiental*. Madrid, ICONA-Universidad Complutense; pp. 246-256.
- BENITO, A. (1989): *Ecología de la comunicación de masas*. Madrid, Eudema.
- BRINKMAN, F.G. (1989): «Preinstructional ideas of pupils on environmental pollution», en *Actas Congreso Internacional de Educación Ambiental*. Madrid, Icona.
- CAIVANO, F. (1992): «¿Qué pasa en el mundo? Algunas reflexiones sobre el impacto social y escolar de los medios de comunicación de masas», en *Simposium andaluz «Enseñar y aprender con prensa, radio y televisión»*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»; pp. 17-24.
- CAMPILLO y MORAL (1991): «La formación del profesorado en comunicación audiovisual», en *Congreso Nacional sobre modelos formativos del futuro profesor de Educación Secundaria*. Burgos, E.U. Profesorado.
- CARRETERO, M. (1993): *Constructivismo y educación*. Zaragoza, Edelvives.
- CASTRO, R. de (1990): «Los espacios naturales y el hombre», en CASTRO, ARAGONÉS y CORRALIZA (Eds.): *La conservación del entorno. Programas de intervención en psicología ambiental*. Sevilla, Agencia de Medio Ambiente.
- CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN (1992a): *Decreto de Educación Primaria*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- COULON, A. (1987): *L'ethonometodologie*. París, PUF.
- CUELLO y OTROS (1992): *Orientaciones didácticas para la Educación Ambiental en E. Primaria*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- FERIA, A. (1993): *Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».
- GARCÍA y CUBERO (1993): «Perspectiva constructivista y materiales curriculares de Educación Ambiental», en *Investigación en la Escuela*, 20; pp. 9-22.
- GARCÍA y GARCÍA (1992): *Orientaciones didácticas para la Educación Ambiental en E. Secundaria*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- GARCÍA y GARCÍA (1989): *Aprender investigando*. Sevilla, Díada.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. (1981): *Ecología y Paisaje*. Madrid, Blume.
- GONZÁLEZ FARACO, J.C. (1992): «La construcción lingüística del medio: Doñana en el folclore andaluz», en *Actas II Jornadas sobre Enseñanza de la Lengua en Andalucía*. Huelva, Diputación Provincial; pp. 91-96.
- HERNÁNDEZ, A.J. (1987): *Temas ecológicos de incidencia social*. Madrid, Narcea.
- INGLEHART, R. (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI.
- MARTÍN MOLERO y OTROS (1989): «Medio ambiente: información marginada. Estudio de su tratamiento en la prensa nacional», en *Actas del Congreso Internacional de Educación Ambiental*. Madrid, Icona.
- JIMÉNEZ y ARAGONÉS (1986): *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid, Alianza.
- MOPU (1989): *Educación Ambiental: Situación española y estrategia internacional*, Madrid.
- MONTERO SANDOVAL, J.M. (1989): «La información ambiental en los medios de comunicación andaluzes», en *II Jornadas de Educación Ambiental*. Madrid, MOPU; vol. II; pp. 247-250.
- MONTERO SANDOVAL y OTROS (1989): «Educación Ambiental y medios de comunicación», en *II Jornadas de Educación Ambiental*. Madrid, MOPU; vol. III; pp. 291-304.
- NOVO VILLAVERDE, M. (1991): «Recursos para el desarrollo práctico de la Educación Ambiental», en *Homenaje al profesor dr. Ricardo Marín Ibáñez*. Madrid, UNED; pp. 221-233.
- POL I URRUTIA, E. (1981): *Psicología Ambiental*. Barcelona, Oikos-Tau.
- RODA FERNÁNDEZ, R. (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*. Madrid, Siglo XXI.
- SALINAS, J. (1987): «Mass-media y Educación Social», en COLOM: *Modelos de intervención socioeducativa*. Madrid, Narcea; pp. 252-276.
- SEVILLANO GARCÍA, M.L. (1989): «La Educación Ambiental en el ámbito del currículum», en *Actas del Congreso Internacional sobre Educación Ambiental*. Madrid, ICONA-Universidad Complutense; pp. 103-107.
- SUREDA, J. (1987): «Programas socioeducativos de Educación Ambiental no formales», en COLOM: *Modelos de intervención socioeducativa*. Madrid, Narcea; pp. 277-297.
- VARIOS (1992): *Simposium andaluz «Aprender y enseñar con prensa, radio y televisión»*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

Profesorado y nuevas tecnologías

Pedro Sieiro González

La utilización de los medios de comunicación audiovisual y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación sirven como punto de arranque de esta breve, pero profunda reflexión que el autor hace en defensa de la alfabetización audiovisual de nuestros alumnos y alumnas en los centros escolares. Para ello, la formación del profesorado y la integración curricular de los nuevos lenguajes se convierten en retos pendientes.

La entrada de los medios audiovisuales e informáticos en los centros es evidente. A veces tímidamente y por la puerta trasera.

Llegan a la casa del saber en un momento de crisis donde los libros, sólo por serlo, ocupan un lugar preferente. No quieren entrar en el absurdo debate de la sustitución de la «cultura del libro» por la «civilización de la imagen». Tampoco quieren que se les arrinconen porque tienen claro que no van a sustituir a nadie. No son enemigos, como no lo fue la escritura que en épocas de Platón fue atacada, o como la máquina de Gutenberg que no era aceptada en la universidad. Las nuevas tecnologías no quieren ser consideradas como competidoras sino más bien como aliadas del profesorado que puedan colaborar con él en las tareas más mecánicas: impartir determinados conocimientos, transmitir ciertas informaciones... A los libros y a los profesores/as les quedan reservadas otras funciones más importantes.

Precisamente, una de estas funciones consistirá en alfabetizar a los alumnos/as en el lenguaje audiovisual. Una tarea nada fácil si tenemos en cuenta que se trata de interpretar la realidad. El lenguaje de la «visión» trata de

universalizar. Por eso es necesario hacer hincapié en la necesidad de desarrollar la comprensión de diferentes tipos de mensajes, códigos, contextos y situaciones que puedan tener una especial connotación dimanada de la innovación y progreso de las nuevas tecnologías. Además nos dejaríamos engañar si no reflexionamos que en el proceso de «ver» los mecanismos fisiológicos son automáticos, requieren poca energía. La imagen se dirige primeramente a la sensibilidad, luego a la mente, mientras que con la palabra ocurre al revés, en primer lugar acude a la mente y luego a la sensibilidad. Por eso los jóvenes, imbuidos en imágenes, tienden a desarrollar más la capacidad emotiva que la cognitiva, corriendo el riesgo de hipertrofiar la sensibilidad.

Si es necesario esa formación expresiva del profesorado también es conveniente que el profesor/a dispuesto a utilizar las nuevas tecnologías, no quede fascinado/a por sus ventajas y posibilidades obviando la reflexión y la planificación necesarias para que los resultados didácticos obtenidos sean los adecuados. Quizás sea aquí donde la reflexión-acción sea más necesaria. Emplear las nuevas tecnologías en una enseñanza tradicional, puede equivaler

a aumentar la altura de la tarima en la que el profesor/a imparte su clase magistral. Así no resulta difícil observar como algunas veces- quizás los viernes- se utiliza un videograma como «vídeo-lección» haciendo las funciones o sustituyendo al profesor/a. Por ello es necesario conocer las características de los medios (ventajas e inconvenientes), la naturaleza de los documentos- guía didáctica- y la forma de usarlos.

Ante el docente que profesa un «voyeurismo exacerbado» podemos encontrar el profesor/a tecnófobo/a. Aquí conviene decir que no es necesario tener grandes conocimientos técnicos para emplear con eficacia las nuevas tecnologías (al igual que con conocimientos exiguos de mecánica se puede conducir dignamente un automóvil).

Las perspectivas de innovación no deben tender a un planteamiento de un conocimiento de tareas multimedia- aún lejos de las infraestructuras de nuestros centros- sino a intentar buscar la interacción de los medios de que disponemos y a una multidirección donde todos- docentes y alumnado- puedan ser receptores y al mismo tiempo emisores. Por esto mismo se empieza a hablar de la época del *Emirec* (emisor-receptor), de escribir con la máquina filmadora al igual que el pintor escribe con el pincel, de educar para la imagen con la propia imagen, de enseñar vídeo y enseñar

con el vídeo, de aprendizaje por la imagen y para la imagen... En definitiva no se trata de usar sólo los medios audiovisuales sino de expresarse audiovisualmente. Hoy en día, de la comunicación saben más los profesionales

de la imagen que los profesionales de la enseñanza. A pesar de la importancia de la comunicación apenas tenemos en cuenta planteamientos muy importantes relacionados con la psicología de la percepción. El aprendizaje será más eficaz cuantos más sentidos intervengan en ella. Recordemos que la primera experiencia de aprendizaje es a través de la conciencia táctil. El hombre primitivo captaba la naturaleza por todos los sentidos. Quizás volvamos

a ese hombre del conocimiento, con la diferencia de que antes conocía en «directo» y por contacto y hoy conoce por los instrumentos técnicos.

Por último diremos que nuestras preocupaciones deben ir encaminadas a integrar las nuevas tecnologías en el currículo. Si tenemos una mínima formación tecnológica y técnica, una formación expresiva y una formación didáctica de los medios, no tenemos por qué justificar nuestra intranquilidad pedagógica con la simple tenencia de valiosos instrumentos.

Pedro Sieiro González es asesor pedagógico del CEFOCOP de Vigo.

Las nuevas tecnologías no quieren ser consideradas como competidoras sino más bien como aliadas del profesorado.

PLATAFORMAS

María Amor Pérez Rodríguez

La Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), en colaboración con los países de Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Perú, Uruguay y Venezuela desarrolla un amplio proyecto de Medios de Comunicación y Educación que incluye la coordinación de actividades de Prensa-Escuela de los diversos países participantes. Entre sus publicaciones, destaca especialmente la publicación periódica de la revista «Iberoamérica conoce», que pretende ser el lazo de conexión entre de los diferentes programas iberoamericanos, al tiempo que una



plataforma de intercambio de experiencias y actividades prácticas desarrolladas en los distintos países miembros.

El primer número de «Iberoamérica conoce», realizado desde Santa Fe de Bogotá, con una periodicidad trimestral, presenta en sus páginas experiencias y reflexiones de profesores y alumnos de los distintos países, con la pretensión de ser un paso más en este ambicioso programa de la integración educativa de la comunidad iberoamericana de naciones, a través del ámbito de los medios de comunicación en las aulas.



El *Centre de Liaison de l'Enseignement et de Moyens d'Information* (Centro de unión entre educación y medios de comunicación) del Ministerio de Educación de Francia es, sin duda, una de las principales instituciones a nivel mundial, en la dinamización para el uso de la comunicación social en el ámbito escolar. Con una dilatada experiencia y un amplio plantel de profesionales, expertos e investigadores en la información y la comunicación, el CLEMI, desarrolla, a nivel central y regional,



variados planes de actuación con profesores, padres y alumnos.

Formación del profesorado, actuaciones regionales a través de las Academias, Semanas de la Prensa, relaciones internacionales, fondos documentales y bibliográficos, periódicos escolares y juveniles, publicaciones, proyectos específicos, como «Fax», son algunas de las líneas específicas de intervención de este Centro institucional, que es sin duda un modelo para países como España con un ambicioso proyecto de Reforma en marcha.



PLATAFORMAS

Antonio Feria Moreno

El Programa Prensa-Escuela del Ministerio de Educación y Ciencia nace en 1985 y surge como respuesta a una necesidad creada en la sociedad actual: la necesidad de formar receptores críticos y activos de los medios.

Un objetivo importante en este momento es realizar una reflexión teórica que afiance el concepto de Educación en materia de Comunicación como contenido transversal. Otro, el de velar porque esta educación en los medios esté presente en las distintas iniciativas que se realicen encaminadas a la generalización de la Reforma en los centros educativos. Algunos, más concretos, serían el reforzamiento de la red de responsables, la elaboración de materiales



útiles, y la realización de proyectos en los que los medios de comunicación colaboren más estrechamente con el sistema educativo.

Los proyectos actuales e inmediatos hacen referencia a la publicación de la Guía de Juan Margalef, la campaña informativa para que todos los centros conozcan y puedan utilizar el servicio telemático Prensa-Escuela.

Está también en marcha un proyecto de colaboración con la Televisión Educativa Iberoamericana para realizar una serie educativa audiovisual sobre las posibilidades didácticas de los medios de comunicación. Esta serie será emitida por el satélite Hispasat.

El uso de las bases de datos documentales es uno de los grandes logros que nos ofrecen la introducción de las nuevas tecnologías informáticas en la educación.

«Documentos de Educación» (DOCE) es una entidad dedicada a la recopilación de materiales educativos de todo tipo, utilizando las más variadas fuentes (revistas, investigaciones, experiencias, publicaciones...) para su uso telemático, desde los propios domicilios de los usuarios, sin necesidad de desplazamientos a hemerotecas, bibliotecas u otras instituciones de almacenamiento de fuentes. Con un simple módem informático, un ordenador personal conven-



Alverja, 18. 28011 Madrid

cional y una línea telefónica, todos los interesados en el mundo educativo pueden conectarse a través de un contrato con esta base documental de datos para acceder a las más variadas informaciones educativas, y espe-

cialmente, dentro del campo de los medios de comunicación en la enseñanza, dada la estrecha vinculación de esta base de datos con la del Programa Prensa-Escuela del Ministerio de Educación. Profesores y profesionales de la información interesa-

dos en el uso de los medios en las aulas tienen la posibilidad de encontrar miles de fuentes bibliográficas mediante este sistema telemático de comunicación.

PLATAFORMAS

José Ignacio Aguaded Gómez

La Asociación de la Prensa Juvenil de Barcelona tiene entre sus méritos, ser la primera y decana institución de España, pionera en el fomento del uso de los medios de comunicación en las aulas. Sus ya veteranas campañas de «Primeras Noticias en la Escuela» han hecho posible que miles de escolares y profesores de todos los rincones de nuestro país se hayan iniciado en el empleo de los periódicos y los otros medios de comunicación en la escuela. Sus famosas hojas en papel pautado han sido sin duda el punto de partida de muchas experiencias periodísticas.



Cerdeña, 259. 08013 Barcelona

Al hilo de «Primeras Noticias» se han celebrado congresos en colaboración con prestigiosas universidades españolas, certámenes de carácter nacional sobre periódicos escolares y experiencias didácticas, intercambios de alumnos, cursos de aprendizaje de los medios y autoedición escolar, campamentos y viajes al extranjero... Esta Asociación, premio nacional de periodismo a la mejor actividad relacionada con la infancia y la juventud, edita además «Comunicación y Pedagogía» y «Literatura Infantil y Juvenil».

El grupo de «Prensa en las Aulas», vinculado al Centro de Profesores y la Escuela Universitaria del profesorado de Zamora viene publicando desde hace ya algunos años el periódico inter-escolar «ZA-49» como plataforma de comunicación e intercambio entre distintos centros educativos de Educación Primaria de Zamora y provincia.



Bajo la dirección de Donaciano Bartolomé y un amplio consejo de redacción formado por profesores y profesoras de los distintos centros, ZA-49, recoge una experiencia poco asentada aún en

nuestro país de la prensa escolar intercomarcal como cauce de intercambios de experiencias entre los distintos centros educativos, especialmente en zonas donde los medios de comunicación escritos escasean. Opiniones, colaboraciones, poesías, libros, fichas didácticas, cartas, ecología, cuentos y narraciones, deportes, humor, pasatiempos, junto a las nutridas secciones de alumnos y profesores componen este veterano periódico inter-escolar de los centros escolares de Zamora.

PLATAFORMAS

José Ignacio Aguaded Gómez

El CIDEAD (Centro para la innovación y el desarrollo de la Educación a Distancia) es la institución del Ministerio de Educación que edita la revista de educación a Distancia «Red», especializada en estudios e información sobre esta importante modalidad educativa que abarca a todos los niveles del Sistema escolar, desde Educación Primaria y Secundaria hasta la propia Universidad -especialmente a través de la UNED-.

Desde el punto de vista de los medios de comunicación, es de reseñar la importancia que «Red» dedica en muchos de

sus «informes», y específicamente en su sección de nuevas tecnologías, a los nuevos recursos para la información y la comunicación. Las nuevas tecnologías aplicadas a la educación a distancia se convierten de esta forma en una de las secciones estelares de esta revista de cuidadoso diseño y amplios contenidos. Entre las secciones, destacan, además de las ya señaladas de Informes monográficos y nuevas tecnologías, documentación, notas, informaciones, estudios, reseñas, en-



trevistas...

La utilización de la prensa en las diferentes áreas curriculares depende en gran medida de la presencia de recursos en el aula que favorezca el uso didáctico.

Los profesores de Inglés pueden encontrar en «The English Press» un óptimo instrumento para iniciar o profundizar esta lengua. Este periódico, escrito en inglés, está pensado para aquéllos que quieren aprenderlo y practicarlo de forma habitual.

La estructura de la revista, que se publica quincenalmente se basa en la recopilación de artículos publicados en diferentes revistas y diarios ingleses y norteamerica-

nos, como *The Sunday Telegraph*, *Time*, *Observer*, *The Sunday Times*,

The Spectator, etc.

Los textos se acompañan con apéndices con traducción de palabras, giros y expresiones, según diferentes grados de dificultad lectora, lo que favorece su uso por un público heterogéneo de distintos niveles de comprensión y dominio del inglés.

Los artículos que se presentan recogen noticias de actualidad, que incentivan a los alumnos, dada su vigencia y trascendencia a nivel mundial. Deportes, ciencias, negocios, sociedad, música, breves, pasatiempos son algunas de sus secciones fijas.

THE **English** PRESS

IMÁGENES



Actualidad

Informaciones

Más de trescientos profesionales de la información y la educación se dan cita en Sevilla

La actualidad a las aulas con los medios

Congreso Nacional de Prensa y Educación

Manuel Monescillo Palomo

Los pasados días 18, 19 y 20 de marzo en la Isla de la Cartuja de Sevilla (Hotel Radisson «Príncipe de Asturias») se celebró el Congreso Nacional de Prensa y Educación, «¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?», organizado por el Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», con la colaboración del Ministerio de Educación (Programa Prensa-Escuela) y la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, además de variadas instituciones y organismos locales, autonómicos y nacionales.

Con una numerosa participación de profesores de todos los niveles educativos, estudiantes y profesionales de la prensa, la radio y la comunicación, se celebró este Congreso dedicado a estudiar las posibilidades de «¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?». Tras la recepción de congresistas y la entrega de documentación y actas, se procedió a la apertura del Congreso con la participación de distinguidas personalidades, seguida de la conferencia de Evelyne Bevert, subdirectora del Clemi de Francia, sobre «¿Cómo educar en la actualidad a través de los medios de comunicación? Panorama europeo».

Los contenidos abordados en el congreso se agruparon en cuatro bloques temáticos, centrados en la formación del profesorado en medios de comunicación; la educación y comunicación en el aula; los periodistas y los medios ante la educación; y la investigación con los medios de comunicación en la enseñanza. En cada bloque se impartieron conferencias en pleno, ponencias en seminarios y se presentaron comunicaciones por parte de los congresistas.

Dentro del primer bloque temático, **Formación del profesorado en medios de comunicación**, intervinieron: la directora del Programa Prensa-

Escuela del MEC y el responsable de nuevas tecnologías de la Consejería de Educación, Natalia Bernabeu y J. Antonio Jiménez, con sendas conferencias en pleno sobre «Los medios de comunicación en educación. Plataformas institucionales en España»; Javier Ballesta, profesor de la Universidad de Murcia, con la ponencia «Los profesores y los 'medios'. Formación inicial, perfeccionamiento y autoformación»; Luis Miravalles, profesor de Bachillerato de Valladolid, con la ponencia «La utilización de la prensa en las aulas»; y, numerosos congresistas que participaron presentando sus comunicaciones.

El segundo bloque **-Educación y comunicación en el aula-** fue abordado por: Roberto Aparici, profesor de la UNED, que dio una conferencia referida a «Pedagogía de los medios y con los medios. La imagen en los distintos niveles educativos»; Joan Ferrés, profesor de la Universidad de Barcelona, con la ponencia «Niños y jóvenes ante la televisión. Propuestas para un análisis crítico»; Manuel Fandos, asesor de nuevas tecnologías en el CEP de Ejea de Zaragoza, que presentó su ponencia sobre «El vídeo interactivo: desarrollo lúdico y creativo».

En el bloque tercero, **Los perio-**

distas y los medios ante la educación, tomaron parte la directora de la revista profesional de educación «Comunidad Escolar», Concha Gómez, con la conferencia «La educación y los medios de comunicación: encuentros y desencuentros»; varios profesionales de la información y comunicación que participaron en una mesa redonda sobre «Prensa, radio y televisión: ¿educan a nuestros hijos?»; y, un conjunto de profesionales de la educación que intervinieron en otra mesa redonda bajo el título «Programas Prensa-Escuela: ¿cómo responder a las necesidades del profesorado?»

El cuarto y último bloque, **Investigación con los medios en la enseñanza**, Julio Cabero y Francisco Martínez, profesores de las Universidades de Sevilla y Murcia disertaron sobre «¿Qué y cómo se investiga con los medios? Propuestas para la reflexión en el aula». Siguió dos ponencias, de Sergio Sarmiento, investigador del Clemi, sobre «La investigación en medios de comunicación en Europa»; y otra, de M^a Luisa Sevillano y Donaciano Bartolomé, profesores de la Universidad Complutense y Uned referida a «La investigación y formación del profesorado en los medios».

Se clausuró el acto agradeciendo la participación y el interés mostrado por congresistas, comunicantes y conferenciantes, pasándose a dar lectura a las conclusiones del Congreso y anunciándose la edición de nueva publicación, segunda parte de las actas entregadas con la documentación, recogiendo todas las comunicaciones presentadas en el Congreso.

Celebrado en la Isla de la Cartuja de Sevilla el pasado marzo

Congreso Nacional Prensa y Educación

«¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?»

Conclusiones

Formación del profesorado en medios de comunicación

1. Se propugna un salto cualitativo en la concepción y tratamiento de la temática que

aquí nos reúne desde el modelo «Prensa-Es-cuela» hasta el marco «Educación y Medios de Comunicación» donde se integren los logros obtenidos en las distintas propuestas y experiencias realizadas desde los distintos ámbitos de la utilización didáctica de la prensa, radio, televisión, nuevas tecnologías y demás medios en un intento de comunicación, colaboración y conjunción de esfuerzos en común de todas las personas, organismos, instituciones, MRPs, asociaciones de profesores, etc. que hemos apostado y defendemos la interacción entre Educación y Medios de Comunicación.

2. Apoyamos la existencia de programas institucionales sobre los medios de comunicación y la educación como ya existe en el Ministerio de Educación y Ciencia de España, en el Ministerio de Educación de Francia o en los ocho países integrantes de la Organización de Estados Iberoamericanos que han sido presentados en este Congreso. Apoyamos igualmente la creación de nuevos programas institucionales;

El Congreso Nacional «Prensa y Educación», con la presencia de periodistas y docentes de todo el territorio nacional y una amplia representación de Portugal e Iberoamérica, elaboró las siguientes propuestas y conclusiones.

en concreto el Programa Andaluz de Educación y Medios de Comunicación cuyo compromiso formal de creación ha sido realizado por el Consejo de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía y que esperamos que en breve plazo se vea hecho realidad.

Educación y comunicación en el aula

1. Petición a los responsables educativos que consideren en las distintas propuestas curriculares la transversalidad de la «Educación en materia de Comunicación», según la denominación acuñada por la UNESCO o «Educación y Medios de Comunicación» tal y como se defiende en el ámbito iberoamericano.

2. En la caracterización de los contenidos de la Educación y Medios de Comunicación han de encontrarse contemplados e integrados los referentes a la comunicación, sus medios, la información, la opinión, la imagen, publicidad, etc. Las estrategias de actuación han de girar en torno a cuatro ejes: lo creativo, lo crítico lo investigativo y lo lúdico.

Los periodistas y los medios ante la educación

1. Se solicita a las empresas periodísticas un mayor interés por la edición de suplementos

y páginas específicas de educación que recojan el sentir de toda la comunidad educativa.

2. Crear a nivel nacional programas específicos de televisión bien definidos en contenidos y estrategias destinados a receptores concretos y áreas de conocimientos curriculares determinadas.

3. Potenciar acciones que profundicen la línea del código deontológico aprobado por la Federación de Asociaciones de la prensa española (FAPF), destinado a la protección de los menores en los medios de comunicación.

Investigación con los medios de comunicación en la enseñanza

1. Sería necesario que los investigadores teóricos en y con los medios de comunicación se acercaran más a la práctica docente, o sea que las conclusiones teóricas a las que se llegan puedan mejorar el trabajo del aula.

2. Necesitamos trabajar y reflexionar sobre el futuro de los medios, más que detenernos en su pasado.

Enseñar con los medios de comunicación



Organizado por la Universidad de Murcia, con el patrocinio de CajaMurcia se celebró el pasado mayo en dicha ciudad un interesante curso sobre «Enseñar con los medios de comunicación», con la presencia de un amplio plantel de expertos de diferentes universidades españolas, coordinados por el profesor Javier Ballesta. Medios y currículum, sistemas multimedia, vídeo, televisión, radio, prensa, audiovisuales... fueron algunos de los aspectos analizados por Jacques Gonnet, Julio Cabero, J. Ignacio Aguaded, Francisco Martínez, Catalina Alonso, Manuel Fandos, J.A. García Galindo, Natalia Bernabeu, Domingo Gallego, M^a Luisa Sevillano, Antonio Bartolomé y J.M. Margalef además de una amplia representación de profesores de CEPs y centros educativos.

Curso del Clemi de Francia

Los medios y las Ciencias Sociales

JuanAntonio García Galindo

Organizado por el CLEMI, y en su sede de París, tuvo lugar entre el 31 de enero y el 4 de febrero de 1994 un curso para profesores, continuación de otro anterior, que llevó por título «Information, histoire, géographie: quand l' image fait l' événement». El objetivo era intercambiar informaciones y experiencias pedagógicas entre profesores de Geografía e Historia que trabajan en sus clases sobre la imagen de actualidad y la construcción de la realidad -el acontecimiento- por los medios de comunicación; aspecto éste de indudable interés para todo aquél que se acerque a los medios audiovisuales con la intención de utilizarlos como fuente de información y de conocimiento.

Con una buena organización que corrió a cargo de Evelyne Bevort, y con la colaboración de Pierre Fremont y Marcel Spisser, el curso fue modélico por diversas razones: entre otras, la calidad de los ponentes, los medios técnicos puestos a disposición del curso que fueron los apropiados (la propia sede del CLEMI puso al alcance de todos los asistentes todo tipo de información y de recursos materiales y personales), el clima distendido y las buenas relaciones personales que se establecieron, y la excelente formación y conocimientos en la materia de los profesores asistentes, quienes contribuyeron en gran medida a dinamizar el curso con su propia participación. Todo ello posibilitó el buen desarrollo del mismo.

El éxito no hubiera sido posible, sin embargo, sin las aportaciones de los profesores del curso: Borne, Joutard, Azéma, Chansel, Spisser, Bataille, Caujolle, Calvez, Regrain, Desplanques, Ferro, Serillon, Ferras y Bossé-

no, quienes contribuyeron a elevar el contenido del mismo con sus intervenciones teóricas y prácticas. Pese a la indudable calidad de todos ellos, fueron especialmente interesantes por su rigor y sistematización las aportaciones de los profesores Ferro (Escuela de Altos Estudios Sociales de París) y Chansel (Universidad de Estrasburgo). El contenido del curso fue abordado desde una perspectiva plural y a la vez integradora, dando cabida a la teoría y a la práctica, a la imagen fija y a la imagen en movimiento. La fotografía, el cine, la televisión, la epistemología de las disciplinas sociales, la investigación y la enseñanza configuraron el currículum del curso, en el que se abordaron muchas cuestiones de relevancia científica y pedagógica: la imagen como objeto de la Geografía y la Historia, la elección y la selección de la información visual, métodos de aprendizaje, la actualidad y realidad, la censura...

En suma, una actividad de formación provechosa para quienes tuvimos la oportunidad de asistir, y un ejemplo del buen hacer del CLEMI en materia de formación de profesores en medios de comunicación. Mi enhorabuena retrospectiva a los organizadores, y al propio CLEMI, que con los auspicios de Jacques Gonnet viene realizando una labor en pro de la introducción de los medios de comunicación en la enseñanza, cuya influencia trasciende las fronteras del país vecino. Quiero acabar estas líneas con mi reconocimiento, y el de esta revista, a esa labor, así como expresar nuestra colaboración y nuestro apoyo al intercambio y a la comunicación de experiencias entre profesores de diferentes países y regiones.

Actualidad

I n f o r m a c i o n e s

**III Congreso
Internacional de
«Pedagogía
da Imaxe»**

Del 4 al 8 de julio se ha desarrollado en La Coruña, el tercer congreso internacional sobre la pedagogía de la imagen que organiza «Nova Escola Galega» y «Escola de Imaxe e Son» de Galicia.

Integrado por ponencias, comunicaciones y talleres, este congreso internacional ha contado con la presencia de destacadas personalidades del mundo de la pedagogía y de la comunicación. Len Masterman, consultor de la UNESCO y del Consejo de Europa, trató el tema de la enseñanza del documental. Roberto Aparici fue responsable del taller denominado «Lectura y análisis de imágenes: información versus propaganda». Manolo Sendón, de la Facultad de Bellas Artes de Pontevedra, habló sobre documentalismo social contemporáneo. Guillermo Orozco, profesor de comunicación de la Universidad iberoamericana de México, trató el tema «Educación para la recepción: el caso de Chiapas». Y así hasta completar un total de quince ponentes del ámbito de la pedagogía de la imagen.

Paralelamente al Congreso internacional, la Escuela de Imagen y Sonido de Galicia ha hecho entrega de los premios del 2º Certamen Gallego de «Vídeo en la Escuela». Además, se acompaña con una selección de grandes documentales de la historia del cine.

Celebrado en Sevilla del 21 al 23 de marzo

**Proyecto Iberoamericano:
«Medios de comunicación y educación»**

Los representantes de ocho países iberoamericanos, responsables nacionales de los programas «Prensa-Escuela» y «Medios de Comunicación y Educación», se han reunido en Sevilla durante los días 21, 22 y 23 de marzo para elaborar el plan general de implementación del Programa Iberoamericano: «Medios de Comunicación y Educación», en cada uno de los proyectos nacionales.

Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Perú, Uruguay y Venezuela, han presentado el desarrollo de los trabajos en sus países, aportando sus experiencias y proponiendo actuaciones futuras. El excelente nivel de participación y los proyectos nacionales que se desarrollan auguran un magnífico futuro para la integración iberoamericana entre Educación y Comunicación.

**«Medios de comunicación y Educación»
en las Jornadas sobre temas transversales
para los asesores/as del MEC**

Los asesores y asesoras de los Centros de Profesores y de las Unidades de Programas Educativos dependientes del Ministerio de Educación y Ciencia, han participado en Alcalá de Henares (Madrid) durante los días 19, 20 y 21 de abril en unas «Jornadas interprovinciales de formación sobre temas transversales». En dichas jornadas se han tratado cuatro temáticas transversales: Medios de Comunicación y Educación, Educación para la Igualdad de Oportunidades de ambos sexos, Educación para la Salud y Educación Ambiental.

Los ponentes que han intervenido en el ámbito de los medios han sido: Antonio Fera Moreno, «Es-

trategias de incorporación de la Educación en materia de Comunicación al Proyecto Educativo y Proyecto Curricular de Centro» y Joan Ferrés con «Actualización en medios de comunicación: televisión».

Natalia Bernabeu, directora del Programa Prensa-Escuela del MEC, trató el tema «Actualización en medios de comunicación: prensa». Presentó, además el marco institucional de los medios de comunicación y educación. Mª Jesús Rodríguez de «Doce», comentó las bases de datos del Programa «Prensa-Escuela». Se completó con talleres donde fueron presentadas experiencias didácticas sobre los medios de comunicación.

Prácticas

Fichas didácticas

UNIDAD
3

ANALIZAR UNA NOTICIA

(O SUS TITULARES)

ENRIQUE 93

LA MITAD DE LA POBLACIÓN ESTÁ CONTENTA



¡QUE BIEN!



LA MITAD DE LA POBLACIÓN ESTÁ DESCONTENTA



¡QUE MAL!

TODO ES SEGÚN EL COLOR DEL CRISTAL CON QUE SE MIRA

UNA MISMA NOTICIA SE PUEDE REDACTAR DE UNA FORMA...

SEGÚN QUIÉN Y POR QUÉ LA REDACTE Y QUIÉN LE MANDE

...O DE OTRA...

CONSEJO DE MINISTROS: SE APRUEBA EL PRESUPUESTO DE AUTOVIAS PARA TODO EL ESTADO...

COMPARAR CON TV. O PERIÓDICO NACIONAL

...A NUESTRA REGION LE CONCEDEN EL 30% DEL PRESUPUESTO DE AUTOVIAS PREVISTO.

CON PERIÓDICO REGIONAL

.. NO LLEGA NINGUNA AUTOVIA A ESTA PROVINCIA.

CON PERIÓDICO LOCAL

VAMOS A PENSAR EN UNA NOTICIA SUCEDIDA HOY EN ESTE CENTRO: GENOVEVA HA TENIDO UN ACCIDENTE

SEGURO QUE ES UN CUENTO CHINO PARA NO VENIR A CLASE

¡HOLA GENO, ¿HAS VENIDO POR FIN? ¿COMO TE ENCUENTRAS?

NO HAS SIDO NADA SOLO UN TRASPÉS NO QUIERO PERDER EL "COLE"

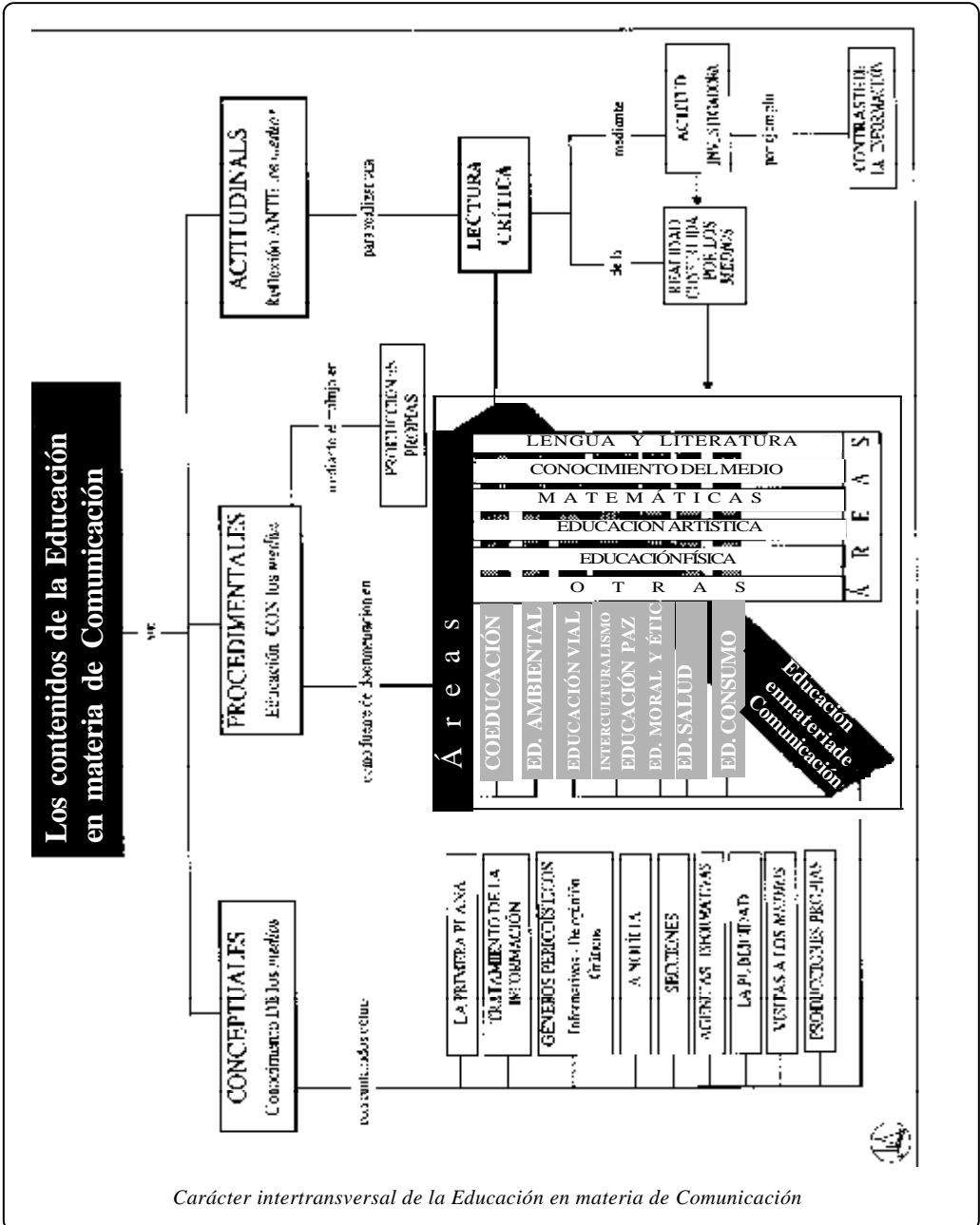
© MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1994): *El periódico en la Educación de las Personas Adultas*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación». Col. Aula de Comunicación III

167

Prácticas

Fichas didácticas

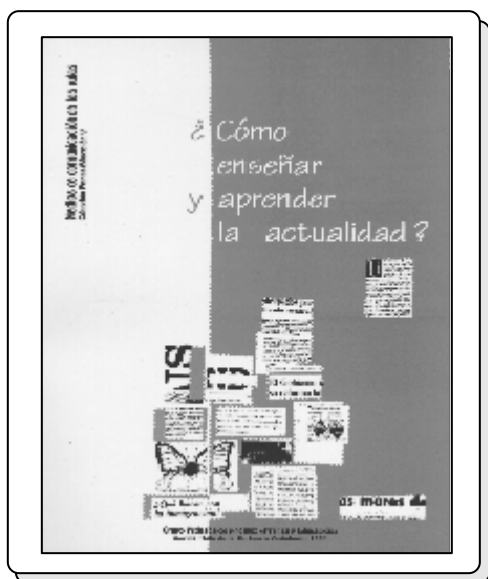
Equipo Contrapunt. CEP de Valencia



Publicaciones

R e s e ñ a s

José Ignacio Aguaded Gómez



¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?
Varios autores
Grupo Pedagógico «Prensay Educación»
Sevilla, 1994; 161 páginas

El análisis de la actualidad en las aulas para el conocimiento y la comprensión del mundo encuentra, sin duda, en los medios de comunicación unos insustituibles aliados. Sin embargo, en la escuela de hoy, actualidad y medios siguen siendo retos pendientes y «cenicientas». En este contexto de reivindicación y reflexión ha de entenderse este documento que recoge propuestas, experiencias e investigaciones llevadas a cabo por profesores, investigadores y periodistas expertos en el uso didáctico de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías audiovisuales de la información en los centros educativos.



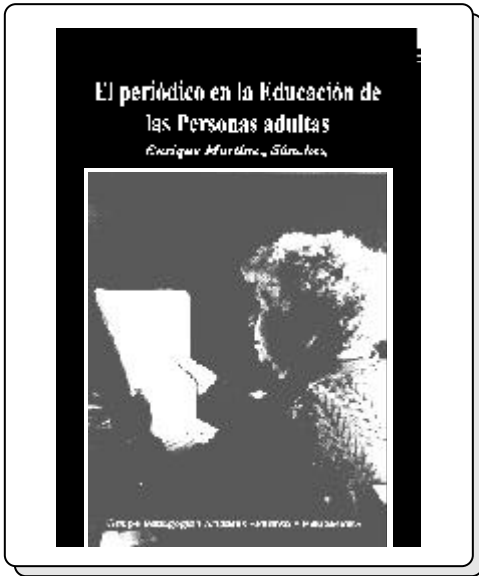
Enseñar y aprender la actualidad con los medios de comunicación. Varios autores
Grupo Pedagógico «Prensay Educación»
Huelva, 1994; 177 páginas

La escuela de hoy es uno de los pocos foros que la sociedad ofrece para enseñar a los ciudadanos a descubrir las virtualidades y subterfugios de los medios de comunicación. Sólo desde el ámbito educativo es posible educar para la comunicación, desde una óptica problematizadora que incluya no sólo el entretenimiento, sino también el descubrimiento de sus códigos simbólicos. Este manual recoge más de cuarenta comunicaciones presentadas por profesores y periodistas participantes en el Congreso Nacional «¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?», celebrado en la Isla de la Cartuja de Sevilla en marzo de 1994.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Antonio Fera Moreno



El periódico en la Educación de las Personas Adultas. Enrique Martínez Sánchez
Grupo Pedagógico «Prensa y Educación»
Huelva, 1994; 155 páginas

El tercer libro de la colección «Aula de comunicación», está dedicado al nivel educativo de Educación de las Personas Adultas. Se estructura en ocho unidades y cada una de ellas presenta una estructura similar: objetivos, documentos, tratamiento específico del contenido de la unidad (el periódico en las aulas, interdisciplinariedad y globalización, análisis del periódico...), guía de estudio, guía didáctica y autoevaluación. Los dibujos constituyen un importante soporte para apoyar el texto y las propuestas didácticas que se incluyen en este manual indispensable para todos aquellos profesores interesados en la prensa.



Guía para el uso de los medios de comunicación. Juan Miguel Margalef
Ministerio de Educación, Madrid, 1992
135 páginas

El presente volumen, responde al encargo del MEC de la realización de documentos orientativos para facilitar a los profesores su labor. Su estructura comienza con una presentación general; pasa después a realizar un recorrido por la documentación curricular prescriptiva y el tratamiento que ella hace de los medios de comunicación; continúa con unas orientaciones didácticas en relación con los contenidos curriculares; y, finalmente, ofrece una guía de recursos y una bibliografía básica. Este libro, en definitiva, es la concreción de la propuesta que el Programa «Prensa-Escuela» hace a los profesores en su quehacer docente.

Publicaciones

R e s e ñ a s

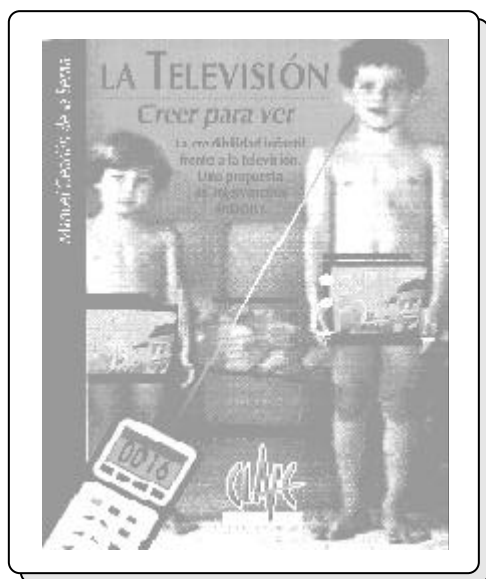
José Ignacio Aguaded Gómez

Juan Antonio García Galindo



La radio escolar. Experiencia y aplicaciones
Andrea Martínez y otros
Consejería Educación. Educa, Cádiz, 1993
331 páginas

Las emisoras de radio escolar han sido una de las experiencias educativas más arraigadas en el ámbito de la innovación didáctica en Andalucía. Pueblos y barrios de toda la geografía andaluza, han acogido estas experiencias como un puente de unión entre la escuela y la comunidad. «Onda Escolar» de Villamartín (Cádiz) lleva diez años en este apasionante proyecto en la sierra gaditana, «jugando con la música y la palabra», «compitiendo con la monotonía», «apostando por una escuela activa y viva». Fruto de esta vivencia es este rico y práctico texto que apuesta decididamente por la magia del sonido.



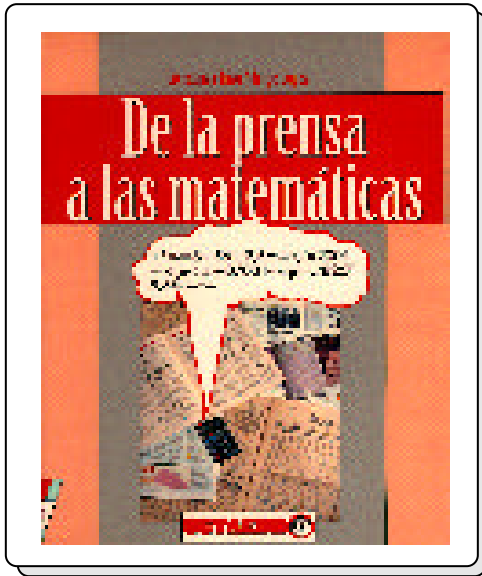
La televisión. Creer para ver
Manuel Cebrián de la Serna
Clave. Málaga, 1992
96 páginas

El presente libro, publicado a finales de 1992 es una contribución reflexiva al papel educativo de la televisión, dentro y fuera del contexto escolar y una «propuesta de intervención didáctica», como el autor añade en el subtítulo, que va desde el análisis del mensaje televisivo a la producción autónoma de imágenes como medio para el aprendizaje y la investigación. Destaca en el libro la capacidad del autor para integrar diferentes planteamientos científicos (psicológicos, sociológicos, didácticos...) en un evidente esfuerzo de síntesis y acercamiento multidisciplinar a la televisión y la educación.

Publicaciones

R e s e ñ a s

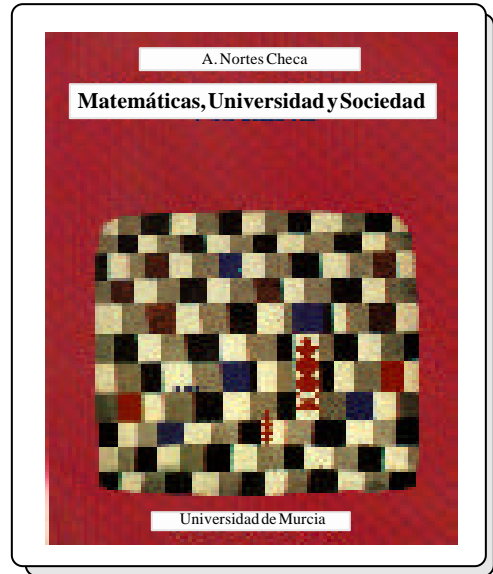
José Muñoz Santonja



De la prensa a las matemáticas
C. Irizo y J. López Vázquez
Octaedro, Barcelona, 1992
95 páginas

Es un manual preparado para su utilización directa en clase, incluso el prólogo está dirigido a los alumnos que lo van a manejar.

Se compone de 21 unidades de trabajo. En cada una de ellas se presenta una noticia tomada generalmente de la prensa escrita, junto con varias actividades a realizar a partir de esa información. Al final de la unidad se presenta un cuadro donde se enumeran los objetivos generales para el área de Matemáticas, que se cubren con las actividades; así como una relación de los contenidos que se estudian en su triple vertiente de conceptos, procedimientos y actitudes.



Matemáticas, Universidad y Sociedad
A. Nortes Checa
Secret. Publicac. Universidad Murcia, 1993
185 páginas

El libro se compone de artículos publicados en distintos medios de comunicación, la mayoría en el diario *La Verdad* de Murcia.

La parte más extensa del libro trata aspectos divulgativos de las matemáticas: desde las palabras matemáticas de uso común en el fútbol, pasando por materiales para la enseñanza de las matemáticas (Tangram, calculadoras, vídeos, etc.), hasta aprovechar la cercanía de elecciones para el tema de la Estadística. Explica, por ejemplo, con un lenguaje muy llano la Ley D'Hont, o echa mano de la «Expo 92» para realizar una introducción a la teoría de Colas.

Comunicar

Revista de medios de comunicación y educación

Próximos títulos

Temas monográficos

Propuestas para el análisis crítico
de los medios

Publicidad en el aula, ¿cómo la vemos?

Medios de comunicación
y proyectos curriculares

Periódicos escolares:
creadores de comunicación

Sistemas multimedia en el aula:
el futuro, hoy

«Comunicar» es una plataforma de expresión abierta a la participación y colaboración de todos los profesionales de la educación y la comunicación.

Si está interesado en colaborar en los próximos números, puede remitirnos su comunicación (ver normas de colaboración, pág. 177)



En tiempo de comunicación

«Comunicar»

*Un foro abierto
a la comunicación en educación*

Suscríbase y
colabore

Nombre o Centro

Domicilio

Población y código

Provincia

Teléfono

Persona de contacto (centros)

Descripción del pedido

Importe

Firma: Fecha:

Suscripción anual: 2200 pts. (dos números). Número suelto: 1200 pts. (indicar nº)
 Forma de pago: cheque nominativo (sin gastos de envío) o reembolso (añadir 395 pts. para envío).
 Enviar a: Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación». Apdo Correos 527. 21080 Huelva



Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»

Publicaciones

PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
Revista «Comunicar»			
Suscripción anual (dos números)	2200 pts.	—	—
Comunicar 1: Aprender con los medios	1200 pts.	—	—
Comunicar 2: Comunicar en el aula	1200 pts.	—	—
Colección «Prensa y Educación»			
II Congreso Andaluz Prensa Educación	1800 pts.	—	—
Profesores Dinamizadores de Prensa	1700 pts.	—	—
Enseñar y Aprender con prensa, radio y TV	2600 pts.	—	—
Cómo enseñar y aprender la actualidad	2000 pts.	—	—
Enseñar y aprender la actualidad con los medios ..	1500 pts.	—	—
Monografías «Aula de Comunicación»			
Comunicación audiovisual.	1500 pts.	—	—
Unidades didácticas de Prensa en Primaria	1300 pts.	—	—
El periódico en la Educación de Adultos	1500 pts.	—	—
Murales «Prensa Escuela»			
r ^o 1,2,3, «Cómo elaborar unidades didácticas» (4), «Investigar con prensa. Trase 92» (5), «Las múltiples imágenes de la prensa» (6), «Tu ciudad y los medios de comunicación» (7)	Gratis	—	—
Importe total:			—

Ficha de pedidos

- Talón nominativo a favor de : Grupo Pedagógico «Prensa y Educación» (sin gastos de envío)
- Contrarreembolso (se añadirán 395 pts. de gastos de envío)
 - Indicar si se requiere facturación (adjuntar número CIF)
 - Señalar número de comienzo de la suscripción a «Comunicar»

Nombre o Centro

Domicilio

Población Código

Provincia teléfono

Persona de contacto (para centros)

Importe total (Incluidos -si procede- los gastos de envío)

Fecha Firma o sello (centros):

El Grupo Pedagógico es una asociación de profesores y periodistas de Andalucía que sin ánimo lucrativo pretende incentivar a la comunidad escolar (profesores, padres y alumnos) para el uso didáctico crítico, creativo y plural de los medios de comunicación en las aulas.

Colaboraciones

Normas de publicación

«Comunicar» es una revista educativa de carácter internivelar (desde Educación Infantil, Primaria y Secundaria, hasta Universidad y Adultos) que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión compartida entre periodistas y docentes y el autoperfeccionamiento de los profesionales de la enseñanza en el ámbito de los medios de comunicación en la educación.

Temática: Serán publicados en «Comunicar» los trabajos y artículos inéditos enviados por los suscriptores, colaboradores y lectores de la revista que versen sobre proyectos, investigaciones, reflexiones, propuestas o experiencias en la utilización didáctica plural e innovadora de los «media» en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

Soporte: Los trabajos se presentarán obligatoriamente en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC (WordPerfect, Wordstar, o cualquier otro procesador que trabaje en el entorno Windows).

Extensión: Los artículos tendrán una extensión de entre 5 y 10 folios, incluyendo referencias bibliográficas (con un máximo de 20), tablas, figuras, gráficos y fotografías. Estos últimos tendrán que ser necesariamente originales de calidad para su reproducción.

Estructura: En cada colaboración, figurará en la primera página el título del artículo, autor/es (con un máximo de dos) y centro de trabajo, así como un resumen de 5/10 líneas sobre el contenido del mismo.

Bibliografía: Al final del artículo se recogerá, en caso de que se estime oportuno, la lista de referencias empleadas por orden alfabético, siguiendo los siguientes criterios:

Libros: Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis: título de la obra en cursiva. Lugar de edición, editorial.

Revistas: Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis: título del trabajo entrecomillado. Nombre y número de la revista en cursiva. Página primera y última del trabajo dentro de la revista.

Publicación: El Consejo de redacción se reserva el derecho a publicar los trabajos en el número que estime más oportuno, así como la facultad de introducir modificaciones conforme a estas normas. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por considerarlos ajenos a la línea de la revista, serán devueltos a sus autores.

Correspondencia: Se acusará recibo de los trabajos recibidos, pero no se mantendrá otro tipo de correspondencia ni se devolverán los originales de los artículos publicados.

Envío: Los trabajos se remitirán postalmente, especificando la dirección y el teléfono de contacto, a la sede de «Comunicar».

Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»
Revista «Comunicar». Apdo 527. 21080 Huelva. España

«Comunicar» no comparte necesariamente las opiniones y juicios expuestos en los trabajos publicados.



Comunicar

Revista de medios de comunicación y educación

Temas

Reflexiones

Experiencias

Propuestas

Investigaciones

Plataformas

Informaciones

Ficheros didácticos

Reseñas y publicaciones

**Prensa y
Educación**

Grupo Pedagógico Andaluz



Edita

Colabora



Junta de Andalucía
Consejería de Educación
Instituto Andaluz de E.E. y
Formación del Profesorado

DL: H-189-93 / ISSN: 1134-3478