CE 02 1296

Buenas noches, en Revista de Educación les proponemos un programa con tres espacios diferentes, el primero dedicado a organización de centros educativos, hablaremos de la participación externa en los centros educativos, después tecnología educativa con el tema medios de comunicación y educación, la última parte será para teoría y procesos de la orientación. Cada semana a esta hora les presentamos el programa de la Facultad de Educación de la UNED a través de Radio 3 de Radio Nacional de España. Un tiempo ahora, como les anunciábamos, para organización de centros educativos, comenzamos así la Revista de Educación, los alumnos de organización de centros educativos están empezando estos días el primer trabajo de la asignatura, trabajo sobre el desarrollo organizativo de los centros de educación secundaria basado en la comunidad.

Para este trabajo tienen que utilizar como texto base el libro titulado Desarrollo organizativo de los centros educativos basado en la comunidad, tal como se indica en la guía del curso. Pero en el programa de hoy les vamos a presentar un libro que acaba de salir y que puede resultarles de mucha utilidad para este primer trabajo y que además creemos que, además de ser un complemento para el texto base de la asignatura y de este trabajo en concreto, puede interesar a toda la comunidad universitaria porque se trata del libro Bancos de Talento que lleva como subtítulo precisamente Participación de la comunidad en los centros docentes. Este libro acaba de ser publicado en Madrid por la editorial Sanz y Torres y para hablarnos de él hemos invitado a nuestro programa a la autora del mismo que es la profesora catedrática de esta asignatura Quintina Martín Moreno Cerrillo.

Buenas noches profesora. Buenas noches. Pues comenzamos por hablar primero de qué trata este libro que presentamos hoy.

Este libro lo he dedicado a exponer una investigación que hemos realizado y cuyo objetivo general ha sido el indagar sobre la construcción del rol de participante externo, las personas externas a los centros que colaboran con los mismos, decía sobre la construcción del rol de participante externo en los establecimientos escolares y esto lo hemos enfocado desde la perspectiva de los profesionales de los centros de educación infantil, primaria y secundaria. Y profesora Martín Moreno, ¿a qué tipos de profesionales se refiere la investigación? Pues a todos aquellos que tienen una incidencia profesional directa en los centros educativos de tal forma que la muestra seleccionada para la recogida de datos en esta investigación ha estado integrada por miembros de cuatro estratos. Concretamente un primer estrato que incluye profesorados de los centros de educación infantil, primaria y secundaria.

Un segundo estrato que comprende directores y miembros de los equipos directivos de los mismos tipos de centro que acabamos de citar. Tercer estrato, miembros de los equipos de orientación educativa y psicopedagógica que atienden a los centros de educación infantil y primaria y también psicopedagogos de los centros de educación secundaria. Y cuarto estrato, inspectores de los centros de educación infantil, primaria y secundaria.

Es importante también que nos comente si se trata de una investigación cualitativa o cuantitativa, profesora. Es una investigación de carácter mixto, porque por una parte en la obtención de los datos y en el análisis de resultados se ha primado el enfoque cualitativo, pero por otra parte y aprovechando el tamaño de la muestra seleccionada, que ha estado integrada por un total de 209 sujetos, se ofrecen también las tendencias que marca la cuantificación en estos temas. Y profesora Martín Moreno, ¿qué instrumento ha utilizado para la recogida de los datos? La recogida de los datos se ha llevado a cabo a través de un cuestionario que se elaboró al efecto y que incluye un importante número de preguntas abiertas, ya que pretendíamos con ello recoger la mayor variedad posible de respuestas sobre lo que los sujetos de la muestra, es decir, esos profesionales a los que nos hemos referido anteriormente, perciben, opinan y hacen respecto a la participación de los padres y de otros miembros de la comunidad en los centros educativos.

Bueno, tenemos aquí delante, encima de la mesa, el libro. Es imposible hablar de todos los resultados obtenidos en esta investigación que, como les decíamos, se titula Bancos de Talento. Participación de la comunidad en los centros docentes.

Pero ocupan estos resultados más de un centenar de páginas. Lo que vamos a hacer es hablar de las principales dimensiones, tales como razones de bajo nivel de participación de los padres de alumnos en la elección de sus representantes en el Consejo Escolar. También hay resultados sobre estrategias que podrían incrementar esa participación.

Ventajas o inconvenientes de que un padre sea a la vez representante de los padres en el Consejo Escolar y miembro de la Junta Directiva de la Asociación de Padres de Alumnos. Grado de asistencia de los representantes de los padres de alumnos en el Consejo Escolar. Temas que suscitan mayor interés de los padres en el Consejo Escolar y temas que suscitan mayor interés del representante de la Administración Municipal.

Otras cuestiones se refieren, otros resultados, a los tipos de propuestas que suelen presentar las APAS, distintas a las relativas a las actividades extraescolares. Problemas que plantea al centro la colaboración desinteresada de personas externas en las actividades escolares. Tipos de actividades que deberían realizar los centros educativos para incrementar la participación de la comunidad local.

Son muchos los resultados y las dimensiones que se abordan en este trabajo. Pero, profesora Martín Moreno, hemos hecho así un esbozo para que nuestros oyentes se hagan una idea. Si le parece, aunque sea grosso modo, nos puede hablar de la participación externa en los centros escolares, porque quizás sea uno de los temas más atractivos.

Efectivamente, es un hecho observable que el nivel de participación externa actualmente es muy bajo en la mayoría de nuestros centros educativos. La investigación Bancos de Talento lo que ha puesto de manifiesto es que las prácticas de los profesionales, en general, no están apoyando el desarrollo de la participación externa en los centros escolares y que tampoco existe suficiente apoyo por parte de las administraciones educativas y ni siquiera en la

legislación que otorga un reducido peso en el Consejo Escolar a la representación de los padres del alumnado y, en menor medida aún, a la representación de los restantes miembros de la comunidad. Además de ese gran apartado sobre los resultados a los que ya hemos hecho referencia, esta investigación tiene, además, el mérito de que en ella ha elaborado un modelo sobre la construcción del rol de participante externo en los centros educativos.

¿Nos puede hablar de ello, profesora Martín Moreno? Efectivamente, se trata de un modelo que integra cuatro niveles. Es imposible referirse aquí con cierta extensión a cada uno de ellos, pero sí los vamos a citar un poco para información de nuestros alumnos y, en general, de los oyentes. En el nivel 1 se incluye el rol socialmente construido.

Nivel 2, actuaciones del centro educativo respecto a la participación externa. El nivel 3, en la construcción de este rol de participante externo en los centros educativos, se incluye teorías implícitas y explícitas de los profesionales del centro educativo sobre el rol de los posibles participantes externos y, nivel 4, decisiones de los potenciales participantes externos acerca de si participan efectivamente o si abstienen de colaborar con el centro en las diversas posibilidades que vean. Profesora Martín Moreno, me va a perdonar esta cuestión, pero es que, desde que hemos empezado a hablar del libro, me intriga el título.

Bancos de talento. Es un título muy original, ya nos aclara en el subtítulo, participación de la comunidad en los centros docentes, pero ¿a qué obedece este título tan original? A que, desde mi punto de vista, cada comunidad local integra en su seno un conjunto de posibilidades de participación dirigidas a los miembros externos, a las que he denominado precisamente bancos de talento, y de ahí el título del libro. Tengo que decir, además, y esto es lamentable, que en la práctica, según han puesto de manifiesto los resultados, la mayor parte de esas posibilidades de participación externa permanecen ignoradas por los establecimientos escolares.

En cualquier caso, veo que en el libro se dan propuestas, se dan resultados que nos pueden ayudar precisamente a mejorar esa situación. Eso es lo que hemos pretendido con este trabajo que presentamos. Tenemos que decir también que, cuando esta investigación era un proyecto, fue seleccionado en el séptimo concurso nacional de proyectos de investigación educativa, convocado por el Centro de Investigación y Documentación Educativa, el CIDE, del Ministerio de Educación y Cultura, y que una vez terminada esta investigación, que ya tenemos publicada encima de la mesa, ha sido distinguida con mención honorífica en los recientes Premios Nacionales de Investigación Educativa.

Así que le damos la enhorabuena, profesora Martín Moreno. Muchas gracias. Lo que también vamos a hacer es recordar la editorial, porque yo creo que no solamente para los alumnos de la propia UNED, sino para aquellas personas interesadas por estas cuestiones, puede ser interesante tener la referencia de este libro.

Bancos de talento, participación de la comunidad en los centros docentes. Está publicado en Madrid por la editorial Sanz y Torres. Y esta noche hemos contado con la presentación de la autora, la catedrática de organización de centros educativos en nuestra Universidad Nacional

de Educación a Distancia, Quintina Martín Moreno Cerrillo.

Buenas noches, profesora. Buenas noches. Muchas gracias.

Gracias a vosotros por invitarme. Como les decíamos, este libro, Bancos de talento, puede resultar muy útil para el primer trabajo de esta asignatura de cuarto curso, Organización de Centros Educativos, como complemento al texto base sobre desarrollo organizativo que se indica en la guía del curso. Un tiempo ahora para tecnología educativa, con una propuesta en torno a los medios de comunicación y la educación.

Una propuesta que nos traen los profesores Roberto Aparici y Sagrario Rubido. Buenas noches. Hola, ¿qué tal? Hola, buenas noches.

Quizás sea importante recordar que los medios de comunicación forman parte del entorno de los ciudadanos y ciudadanas, nadie lo puede negar. Pero además, en el caso concreto de los españoles y de la mayoría de los ciudadanos de este mundo intercomunicado en el que vivimos, utilizamos los medios de comunicación, la mayoría de nosotros, como principal fuente de información. Y entre tanto, ¿qué está haciendo la educación para informar o para contribuir a crear unos ciudadanos que sepan interpretar esos mensajes que reciben a través de los medios de comunicación? Y sobre todo, ¿cuál es el papel de los medios en la vida de los niños y de los jóvenes? Quizás por estas cuestiones podríamos empezar este espacio en el que les propongo que dialoguemos y que además planteemos problemas, pero también demos algunas recomendaciones pensando en los alumnos de cuarto curso de tecnología educativa.

Si les parece, comenzamos viendo qué función tienen hoy en día en nuestra sociedad los medios de comunicación social. Profesor Roberto Aparici. Sí, el principal objetivo que tienen los medios de comunicación es vender audiencias.

Hasta hace 20 años se podría pensar que el principal objetivo era informar, educar y entretener. Hoy por hoy, el único objetivo es vender audiencias. Nosotros, que estamos en este lugar, nos convertimos también en audiencia como el resto de los oyentes, como el resto de los mortales.

Y lo que se propone en las grandes cadenas es vendernos determinado tipo de mensajes, determinado tipo de aparentes informaciones, donde de una forma están encubiertas toda la estrategia publicitaria que de eso se trata. La mayoría de españoles y de españolas vemos sobre todo telediarios y fútbol, que copan prácticamente los intereses y los gustos de la población española. Pero junto con eso tenemos que hablar de otro tipo de fenómenos, como son culebrones en forma de sitcom, es decir, de comedias de situación.

Y es un nuevo género que es una mezcla de reality show con docudrama y con un culebrón, como pueden haber sido los programas El Gran Hermano y en estos momentos El Bus. Una de las cuestiones que resultan paradójicas e interesantes destacar en este contexto audiovisual en el que estamos viviendo, que los propios medios de comunicación devoran, destruyen a una

presentadora que plagia a otras escritoras, y los propios medios no hacen absolutamente nada cuando entre sí se copian, se fagocitan. Este es el caso, por ejemplo, del programa El Bus con respecto a El Gran Hermano.

Ejemplos como estos están a lo largo de toda la programación. ¿Por qué traigo como ejemplo esto? Porque una cultura de la imitación, una cultura de lo clónico, una cultura del doble. De una forma esta cultura del doble es una forma de legitimar a los espectadores cierto tipo de cuestiones que son representadas.

Uno de los datos que quiero destacar de cómo el principal objetivo son las audiencias, y no sea solamente por el número de espectadores, sino por el número de frecuencias que un espectador hace a un programa. Por ejemplo, en el programa del día 30 de octubre emitido por Antena 3 en El Bus, hubo 200.000 llamadas para votar si uno de los personajes del bus se quedaba o se iba del bus. ¿Qué significan 200.000 llamadas a un número 906? Significa que con esas 200.000 llamadas se paga la producción del programa.

Sabéis que un número 906 en las horas más baratas cuesta aproximadamente 55 pesetas al minuto, y en las horas más caras pueden llegar a ciento y pico de pesetas. Multiplicar simplemente 200.000 llamadas por esa cantidad de números y tenemos una cantidad de dinero indirecto que entra a la producción del programa disfrazado a su vez con una supuesta participación. Todo esto nos lleva de alguna manera a pensar en cuál es el mundo que conforman los medios de comunicación, cómo se construye el espacio representacional, cuáles son los valores explícitos e implícitos, y aparentemente está todo disfrazado como si se tratara del entretenimiento, se tratara de la información, pero sobre todo de una búsqueda del espectáculo.

Ahora, ¿cómo hacemos para trabajar contextos educativos o damos a la ciudadanía elementos educativos para descodificar este tipo de elementos que aparecen en los medios de comunicación? De alguna manera, uno se entrega libremente a ver lo que te echen en la tele, pero la cuestión es que entregarte libremente a ver que te echen significa aceptar de antemano el mundo representacional, el mundo de la no ética, el mundo de los no valores, que son las de la consecución de audiencia fácil, mientras que lo que pretende la escuela es otro tipo de cuestiones, pretende la solidaridad, pretende la justicia, pretende el bien común. Y este tipo de palabras mías que parecen de un curita, que no se parecen en nada a la de un púlpito, porque de alguna forma parece de un conservadurismo, pero que a su vez, más que un conservadurismo, pretendo que sea una llamada de atención, hay cierto tipo de palabras que resultan ajenas, lejanas, a la vida cotidiana de lo que un ciudadano común debería tener acceso en cuanto al espacio de la comunicación y la educación. Y desde aquí quiero plantear entonces, esa gran concepción que tienen los medios en cuanto a hacer espectáculo de todo, hacer espectáculo de la muerte, o hacer espectáculo del sexo, o hacer espectáculo de lo más trivial para conseguir audiencias.

Y a su vez, el duplicado o el triplicado que existe de cada programa, de tal forma que hay

programas clónicos unos de otros, que influyen de alguna forma en la manera de ver de la ciudadanía. ¿De qué manera nosotros, como educadores, podemos hacer algo desde esa perspectiva donde a esa aluvión de imágenes construyen una forma de ver y una forma de pensar? Porque de alguna forma construyen una forma de pensar. El profesor Rapparizzi nos ha planteado una serie de cuestiones que darían para mucho tiempo de reflexión.

Pero hoy se trata un poco de plantearlas y que nuestros oyentes sean capaces de reflexionar y de trabajar, sobre todo los profesionales de la educación. Profesora Rubido Crespo, siguiendo con este planteamiento y en ese mismo marco de las funciones de los medios de comunicación y la relación que la escuela podría tener de alguna manera en conducir o en reconducir esas funciones de los medios de comunicación, ¿cuál es su aportación en este momento? Yo hablaría de la prensa, de la televisión y de la publicidad en tres aspectos que tienen que ver con ellos y desde luego siempre fijándome en el fin de todo docente que son nuestros alumnos. Hablando de la prensa, Cabello y Los Certales dan una serie de recomendaciones como son que la prensa nos sirve de factor de estimulación e información, la prensa también es una fuente de socialización, pero también hay una proyección y descarga, cuando cogemos cualquier periódico, de emociones y sentimientos.

También crea y confirma sueños, deseos y fantasías, crea estereotipos porque en mayor o en menor medida nos va reforzando las actitudes y las ideologías, nos va creando hábitos de vida específicos y los medios en general, aquí sí incluyo a todos los medios, prensa, televisión, radio y publicidad, que nos crean hábitos de vida específicos y a su vez nos facilitan o nos determinan los contenidos, ya sea en discusión o en formular opiniones. Pero la profesora Pérez Serrano también nos dice que los medios son como el eco de los problemas del momento, por lo tanto, la prensa podemos decir que es un medio adecuado para la especialización sobre asuntos concretos, ya que permite una profundización de los hechos y el lector puede controlar en todo momento cuándo puede acceder a esa información. Hemos leído un titular que nos ha llamado la atención y podemos profundizar en él cuando lo estimemos oportuno.

¿Pero qué tenemos que hacer nosotros como docentes para seleccionar un material? Porque yo creo que esto también es importante. Pues yo creo que hay que tener en cuenta la exhaustividad, la representatividad, la homogeneidad y la pertenencia a los objetivos del estudio y a las características del material. Cuando trabajamos con la prensa, normalmente trabajamos con el documento escrito, por lo tanto, los titulares nos tienen que llamar la atención.

La imagen que nos puede dar la prensa es una imagen fija que en un momento determinado puede ser un busto o puede tener una imagen que corresponda al texto que estamos trabajando. Por lo tanto, sí quería decir que en esta parte de la asignatura que tratamos también de la imagen, que está en los medios de comunicación, tiene un estatus específicamente informativo y, por lo tanto, también se presta a la manipulación. Me refiero cuando digo un estatus específicamente informativo, en este caso, a la televisión y a la prensa, porque la publicidad es otra cosa y lo veremos.

El individuo ante una imagen no ve cosas distintas. Lo que sí es diferente es la carga valorativa que yo le voy a dar a esa imagen. Las imágenes actúan como representaciones, por lo que hay que reflexionar acerca de la exactitud o inexactitud de tal representación, de su globalidad o de su parcialidad.

La imagen en prensa es informativa. Son imágenes fijas, como había dicho antes, y esto sí lo quiero separar de las imágenes de la publicidad, que llevan otra cosa. También la imagen en prensa representa una pequeña parte de la superficie total del periódico, que normalmente viene siempre dominada por la palabra escrita.

Si esto lo comparamos con la imagen que nos sale en la televisión, esta es también informativa, pero no representa más que una ínfima parte también del carrusel de continuidad visual que aparece ante el espectador. Esta imagen suele normalmente ser una imagen en movimiento y en muy raras ocasiones una imagen fija. La superficie de la imagen en televisión es icónica y la palabra y el sonido siempre están subordinados a la información.

Es una puesta en escena, a su vez, cuidadosamente controlada, en la que todo está previsto, personajes, decorados, golpes de escena, etc. La información visual lo que nos hace es actualizar la presencia del acontecimiento, cada vez que se repiten las acciones que construyen las noticias. Se podría trabajar con los alumnos en el aula la noticia que ha salido en la prensa de hoy y que aquí tenemos el país, el ABC y el mundo, como la noticia del grave atentado de ayer los tres medios de comunicación lo han tratado de una manera distinta.

Pero eso lo haré más adelante. Sí, hay que decir que este programa está grabado el día 31 de octubre y por eso la profesora Ruido Crespo alude a esos diarios que publican la noticia del atentado ocurrido ayer en Madrid. Y ahora vamos a pasar a hablar de la imagen en la publicidad.

La imagen en la publicidad se aprovecha del conocimiento que tienen del interlocutor para llegar con una mayor facilidad a él. La comunicación que se establece con el consumidor es una comunicación inteligente y eficiente que apela al conocimiento y la utiliza para codificar información en términos que son entendidos por ambas partes. Está claro que la empresa que quiera hacer una publicidad va a llegar a todos los consumidores y vamos a ir todos a continuación al establecimiento a intentar comprar el nuevo producto.

El lenguaje gráfico maneja muchos códigos y valores y el profesional de la publicidad los conoce. Los utiliza para crear símbolos que gratifiquen con fidelidad la personalidad y la promesa de una marca. No es fácil integrar eficientemente las disciplinas que confluyen en un proyecto de esta naturaleza como es la redacción creativa, el diseño gráfico, la fotografía de formato profesional.

Cuando digo la redacción creativa me refiero a los eslogan publicitarios que tienen que ser cortos para que nos lleguen rápidamente. La comunicación gráfica tiene que ser efectiva y eso lleva mucho trabajo. Hay que tener en cuenta dos cosas.

Una, que la forma hable del fondo y el fondo de la forma para que nos entre rápido por los ojos. Y que la comunicación sea inteligente y eficiente. Porque la meta que tiene todo publicista es que la imagen visual transmita no solo emociones sino también reacciones.

Por eso decimos que la publicidad determina y cambia nuestros hábitos de consumo de los productos. Y esto sí quiero hacer una llamada de atención de cara a lo que se nos avecina de aquí a un futuro que como todos los medios de comunicación y sobre todo la publicidad va a utilizar unos colores distintos, unos movimientos distintos para que los niños sobre todo vayan cayendo en eso que la publicidad quiere. ¿Cuántas veces cuando hablamos con los niños y les preguntamos qué te gustaría tener espera que voy a ver la televisión a ver lo que hay.

La publicidad llega a los buzones de todas las casas de una manera asfixiante porque todos los días encontramos y porque en estas fechas esa publicidad va más hacia los niños que hacia los adultos. De ahí que la publicidad muchas veces cuente con la belleza, con la eterna juventud, con el éxito, con el placer y con la felicidad que son los que mueven a toda esta gente para que caigamos en el consumo de los productos. La comunicación de los mensajes publicitarios tenemos que tener en cuenta que juegan con elementos sociológicos, psicosociales, cognitivos y culturales.

Yo con esto me gustaría leer simplemente una cosa que dice que la mayoría de los anuncios se construyen ateniendo a tres necesidades persuasivas. La necesidad de hacer conocido o deseado el producto, la necesidad de vincular el producto con una dimensión motivacional más o menos pertinente fundada en una carencia que afecta a zonas amplias del público y la necesidad de motivar no sólo la compra sino también la recepción del anuncio haciendo que éste se convierta en un objeto atractivo, grato, fácil de inteligir y generador de una satisfacción puramente estética. La profesora Rubido Crespo nos ha dado algunas de las claves para entender y para poder descifrar esos mensajes que cada día recibimos a través de la prensa, a través de la televisión, a través de la radio, a través de los medios de comunicación y también nos ha citado el tema de la publicidad, algo que impregna a los demás medios.

El tiempo corre muy deprisa y pensando en los alumnos de tecnología educativa quizás sea interesante en este momento darles algunas propuestas concretas de trabajo para este curso que acabamos de comenzar. Profesora Parisi.