

emplear adecuadamente esta excelente herramienta pedagógica para que se convierta en una verdadera alternativa de enseñanza y evaluación.

Sobre aprender

Mónica Lutzky

Hay todo un universo de almas que venimos a este mundo a aprender y aprehender, muy pocos son los que saben enseñar, menos aun los que saben enseñar a enseñar y casi ninguno sabe aprender.

En este frase inicial de mi autoría pretendo significar que el proceso de aprendizaje es un proceso que lleva toda la vida, hay una vieja expresión que acuño mi abuelo (q.e.p.d.) «Se muere viejo y se muere zozzo» o para ponerlo en relación con el viejo aserto socrático: «Sólo sé que no sé nada».

Con esta sabia simpleza del inmigrante él pretendió sintetizar lo que la humanidad viene viviendo en el día a día, es decir, el aprendizaje es en sí toda una disciplina y como tal debería de enfocarse, con temáticas, problemáticas, técnicas, leguaje, objetivos y herramientas adecuadas.

Sin embargo, en este trabajo sólo se pretende explicar la experiencia de enseñar comunicación.

La comunicación posibilita la interrelación con otras personas.

Aprendemos a comunicar porque queremos ser escuchados y tenemos mucho que decir. Los gestos y actitudes también expresan aquello que no puede decirse con palabras. Siempre se comunica por comisión o por omisión.

Palabra y comunicación oral.

¿Qué es la comunicación?

La palabra es uno de los tesoros más preciados que tiene el ser humano porque le permite comunicarse. La palabra es la herramienta esencial de la comunicación humana, concomitante con ello la lección magistral sigue siendo un elemento básico del proceso educativo, por sus recursos efectivos y su capacidad de ser vehículo de conocimiento.

Usos y funciones del lenguaje.

«Realmente pienso que los lenguajes son el mejor espejo de la mente y que un análisis de la significación de las palabras haría conocer las operaciones del entendimiento mejor que cualquier otra cosa.» Leibniz Una cuestión de ética

¿Para qué sirve la comunicación?

En palabras de José Saramago, las nuevas tecnologías de la comunicación multiplican de manera exponencial la masa de informaciones disponibles.

Esto es fascinante e inquietante a la vez. Fascinante porque de ahora en más existen, al alcance de la mano, transformaciones muy positivas en materia de educación y de formación. Inquietante, porque todo esto dibuja un mundo sobre el que sobrevuelan subestimadas amenazas de deshumanización y manipulación.

Un gran filósofo español del siglo XIX, Francisco de Goya, más conocido como pintor, escribió un día: «El sueño de la razón engendra monstruos». En el momento en que explotan las tecnologías de la comunicación, podemos preguntarnos si no están engendrando ante nuestros ojos monstruos de un nuevo tipo. Por cierto, estas nuevas tecnologías son ellas mismas fruto de la reflexión, de la razón. Pero ¿se trata de una razón despierta? ¿En el verdadero sentido de la palabra

«despierta», es decir atenta, vigilante, crítica, obstinadamente crítica? ¿O de una razón somnolienta, adormecida, que en el momento de inventar, de crear, de imaginar, se descarrila y crea, imagina efectivamente monstruos? «

La lección magistral y los viejos métodos educativos.

La lección magistral o, mejor aún, la exposición ordenada y sistemática de los epígrafes a desarrollar precisa, ante todo, hallar un punto de equilibrio entre discurso, orador y oyente, para mantener la atención de este último sobre la coherencia del primero, conceptos que no nos llevan más allá de las básicas y elementales premisas del esquema de la comunicación. En todo hecho lingüístico es posible reconocer varios componentes. El mensaje es el componente central pero un mensaje solo es posible porque existen, además, un emisor (el hablante), un receptor (el oyente), un contexto, un código común, un canal de transmisión y una conexión psicológica entre hablante y oyente.

El emisor, es en este paralelo quien enseña, i.e.: el maestro; luego el receptor es quien aprende -en el mejor de los casos- el estudiante y, finalmente, el mensaje es la disciplina a enseñar, por su parte, los esquemas previos y los cuadros sinópticos son excelentes auxiliares en el transcurso de la exposición, a fin de fijar ordenada y sistemáticamente las ideas fundamentales que luego se habrá de ir desarrollando y que se constituyen en los soportes empleados para comunicar el mensaje.

Forma y contenido deben cuidarse en equilibrada armonía. La lección magistral requiere una cuidadosa preparación previa, mediante fichas o resúmenes, a través de los cuales, el profesor conducirá su exposición.

El discurso académico

Según Pascale Weil (1992: 74) existen cuatro tipos de discurso institucional para cuatro identidades. Un análisis pone de relieve cuatro tipos principales de discurso institucional, refiriéndose cada uno a una determinada identidad de empresa. Parafraseando a este autor los docentes debemos encontrarnos y ver en qué tipo de discurso nos situamos como emisores y en que tipo de discurso nos sitúan los receptores de este mensaje, es decir, nuestros estudiantes.

El discurso de la soberanía: <Digo quién soy>

Traduce una identificación con la empresa por su categoría, por su superioridad.

Digo <quien soy>

Nosotros: La superioridad, el poder

El discurso de la actividad: <Digo lo que hago> o <cómo lo hago>. Traduce una identificación con la empresa por el conocimiento del sector, del oficio o del saber hacer.

Digo <lo que hago y cómo lo hago>

Esto: El oficio, el know-how

El discurso de la vocación: <Digo para quién lo hago>. Traduce una identificación con el espíritu de servicio e insiste sobre el beneficio del destinatario.

Digo <para quien lo hago>

Usted: El servicio

- El discurso de la relación: <Digo a la vez lo que hago y lo que esto le permite hacer>.

Traduce una identificación hacia el compromiso de la empresa y su deseo de establecer un pacto con el destinatario. (sumatoria

de Nosotros y Usted)

Digo <lo que hago por nosotros/usted>

Usted: El compromiso

Algunos autores comparan la lección magistral docente con el viejo esquema del discurso persuasivo retórico, con la notable diferencia que el objetivo de la primera no es convencer, sino transmitir conocimiento.

Con posterioridad a haber efectuado este análisis que nos posiciona en el lugar real en el que estamos parados frente nuestro auditorio, recién ahí podemos continuar con la plena certeza de saber que seremos oídos y/o escuchados conforme el mensaje emitido.

Sobre el más viejo y arraigado método de enseñar queda poco o nada por descubrir porque, como dice Desantes (elocuente ejemplo él mismo): los buenos maestros han recapacitado sobre él y la han dado su verdadera dimensión (...). Nada, por tanto, del tono excesivamente solemne, propio de una conferencia, sino todo lo contrario: el tono profesoral, en el mejor sentido de la palabra, es sencillo, claro, sugerente, estimulante, sembrador suave y casi excusatorio de una semilla que dará lugar, después, a la fase coloquial y a la fase personal del trabajo universitario (1977: 388).

Como en cualquier otra circunstancia en la que el orador ha de enfrentarse a un auditorio, son de aplicación aquí las principales reglas que recomienda Brehler (1995: 15) y que resumimos someramente:

- a) El docente debe sentirse cómodo durante el discurso.
- b) Debe pensar exclusivamente en la comprensión de la asignatura por parte de sus estudiantes)
- c) Deben cuidarse entonación y articulación técnica, pero con naturalidad, sin caer en la pedantería.
- e) El efecto buscado no puede lograrse si previamente no se ha tenido en cuenta la capacidad receptiva del público (en este caso, la clase)
- f) La buena preparación es la mejor garantía del resultado.
- g) Nunca se debe prescindir de las notas o del manuscrito, por mucha preparación que tenga el orador. La memoria falla o traiciona.
- h) Lo más importante es el contenido: los argumentos pertinentes son prioritarios.
- i) Debe existir comunicación entre el orador y el auditorio.
- j) No sólo interesa mantener la atención durante la lección, sino evaluar su resultado final.

En ciertas asignaturas es de enorme importancia dosificar entropía y redundancia o repetición. La entropía alude a la cantidad de información nueva y esencial que contiene el mensaje o la lección; la repetición se utiliza para reforzar los argumentos. Se debe recurrir a la técnica de realizar una recapitulación final sobre la asignatura tratada, reforzando las ideas principales que se han desarrollado.

Una clase magistral clásica en que el profesor expone, de forma comprimida en cuarenta y cinco minutos, contenidos para cuya plasmación escrita ha necesitado semanas, equivale a un delito retórico capital. O bien el profesor renuncia a un manuscrito y habla de forma libre, con lo cual tendrá que incluir partes redundantes en su exposición, pues necesita de fases que le permitan concentrarse previamente en la siguiente idea importante antes de entrar en ella, o bien introduce conscientemente partes redundantes en el manuscrito. Otra posibilidad para evitar plantear exigencias desmesuradas al estudiante es la de repartir previamente el manuscrito, lo cual

anula en gran medida la fase de anotación. (Brehler, 1995: 15)

En todo caso, el profesor no precisa ganarse la benevolencia, sino la atención y el respeto de su auditorio, los estudiantes.

La lección magistral requiere el adecuado clima en la clase.

Después, el docente puede seguir su esquema, sin olvidar que es conveniente partir de un planteamiento general de la cuestión a exponer para descender a los detalles y ofrecer resúmenes y recapitulaciones que contribuyan a fijar los conceptos. Este procedimiento, generalmente deductivo, no siempre es necesario, ya que cabe justamente seguir los pasos contrarios; es decir, el método inductivo, para ir ascendiendo desde la casuística concreta o particular al planteamiento general de la cuestión. La exposición previa ha de ser estricta.

Teniendo en cuenta que no todas las asignaturas o disciplinas permiten las demostraciones matemáticas hay que tener la suficiente creatividad y percepción para poder descubrir qué metodología emplear para poder llegar con el mejor mensaje al «público estudiante». Asimismo, no todos los estudiantes poseen la misma capacidad para entender determinadas abstracciones intelectuales, pero pueden fijar las ideas esenciales que el profesor trata de transmitirles a través de lo que se ha dado en llamar la «plasticidad» del ejemplo. Es aquí cuando estamos hablando de segmentación de públicos, también viejos conocidos en las disciplinas de la comunicación y las RR.PP.

Por su parte, una lección magistral, acompañada por el uso de medios de apoyo (proyector de transparencias o de diapositivas, una P.C., el video o el proyector de películas), así como el esquema de la lección, previamente repartido, ayuda a reforzar la exposición y a aprehender, en definitiva, en el auditorio, en este caso, la clase.

Hay que ser sumamente cuidadoso, en la utilización del lenguaje, hay ciertas expresiones no siempre son fáciles de entender por un oyente, en este caso, el estudiante, poco acostumbrado a los mismos. Prieto de Pedro (1991: 112) enumera algunos factores que, a su entender, configuran el contexto actual del lenguaje técnico:

- a) La introducción masiva de técnicas informáticas.
- b) La expansión de los medios de comunicación y la hegemonía de la cultura de masas.
- c) El incremento de las relaciones internacionales e interlingüísticas.

Otra forma complementaria de la lección magistral tradicional consiste en reservar los diez últimos minutos de la clase para una puesta en común sobre el tema tratado o abrir un turno de preguntas de los estudiantes. En algunos casos, se puede convertir el turno de preguntas en un debate sobre la cuestión planteada, bien mediante la intervención sucesiva de quienes piden la palabra o, al estilo americano, dividiendo la clase en dos sectores, a favor y en contra del asunto controvertido. De todos modos, conforme a nuestra tradición cultural, es más usual la técnica del debate abierto.

La utilidad del manual y de otras herramientas educativas. En una sociedad en la que lamentablemente se lee bastante menos de lo que se debiera, y en la que según Don Schultz en ocasión de uno de sus viajes a la República Argentina en 1997 cuando expresara la idea en general que las generaciones venideras serán de analfabetos funcionales porque todo es en modo gráfico, es decir, desde el sistema Windows donde con el empleo de los íconos puede operarse la misma sin saber leer, pasando por la corrección del lenguaje que la efectúa la misma

PC hasta comprar comida en los locales de fast food donde con sólo conocer la foto del producto que deseamos basta o como hacían los turistas no ilustrados cuando viajaban a otras culturas y querían comer: empleaban el viejo lenguaje de los gestos o bien miraban el plato del vecino y señalaban con el dedo.

El manual facilita al estudiante medio un acercamiento mínimo a los contenidos de la asignatura. Un manual ágil, bien estructurado y adecuadamente documentado es un excelente punto de partida bibliográfico para que el estudiante desbroce los primeros senderos de su descubierta por una nueva y para él desconocida asignatura. Claro que, al mismo tiempo, Desantes acusa al manual de ser responsable de la escasa presencia de los estudiantes en las lecciones presenciales, de la escasa apertura bibliográfica de buena parte de los estudiantes y, en definitiva, de la acomodación de docentes y estudiantes. No obstante, unos buenos apuntes de clase, dictados regular y ordenadamente, a fin de desarrollar consecuentemente el programa de la asignatura, y una adecuada bibliografía (cuidadosamente graduada y ordenada) pueden facilitar enormemente el aprendizaje y proporcionar al estudiante los medios necesarios para el seguimiento eficaz de la asignatura. Algunas otras propuestas de herramientas serían el análisis de documentos gráficos, escritos, audiovisuales, etc. que contengan información sobre las características de la disciplina a dictarse en general o de alguna parte específica de ésta; estudios monográficos sobre temas relacionados con el sistema educativo o el mundo laboral; elaboración de mensajes empleando distintos soportes y medios para promover la información y orientación en el claustro.

La bibliografía complementaria o de consulta (estructurada por materias) forma parte del material indispensable con que el estudiante debe contar, a partir del inicial manual y los apuntes, para elevar la densidad de su inmersión en los contenidos de la asignatura.

El seminario y otras variantes

Seminario significa justamente «lugar donde se aprenden en común». Procede del latín *seminarius*; es decir, perteneciente a la semilla (que pone el profesor) entre sus estudiantes para que ésta germine y fructifique. Resulta sumamente agradecida una adecuada dosificación de la lección magistral con el seminario, la puesta en común o el debate de clase sobre alguna de las asignaturas. En este caso, el profesor debe conducir y moderar el debate, si bien nunca debe perder su control ni permitir que se desordene.

El seminario se caracteriza esencialmente por su carácter participativo, pero han de intervenir todos. En los últimos años se ha puesto de moda en determinados ámbitos de la alta gestión empresarial y el marketing, la técnica de la discusión colectiva denominada con la voz anglosajona «brainstorming». Consiste en plantear un problema en forma de pregunta abierta y abrir un turno medido para recibir respuestas. En principio se valora la cantidad de sugerencias recibidas. Las propuestas se van sintetizando hasta que quedan dos o tres finales y a través de éstas se llega a la solución definitiva. Está técnica resulta particularmente agradecida para el profesor y de enorme rentabilidad para que los estudiantes aprendan, que es de lo que se trata.

Casos prácticos y trabajo personal

La mayoría de los estudiantes necesitan que se les ilustre con ejemplos para comprender informaciones o conceptos nuevos. En el caso de la enseñanza de la Comunicación, la lección magistral precisa acompañarse obligadamente de casos y situaciones, siempre de actualidad o lo más próximos posibles, que ayuden a acercar al estudiante al mundo real.

Como norma general, el profesor debe procurar una relación cordial y abierta con sus estudiantes. El docente no debe ser un elemento distante e inalcanzable, sino un amigo cordial, siempre dispuesto a ayudar. Y debe tenerse siempre presente el valioso consejo de Norberto Bobbio que, aunque centrado en una disciplina jurídica, realmente sirve para todas: Cuando se enseña derecho no solamente se debe explicar qué es, sino para que sirve. De eso se trata.

Recuperar la educación para la comunicación en el sistema educativo

Es esta una necesidad inmediata en una sociedad con unos déficits preocupantes de alfabetismo audiovisual y más aún en ciertas sociedades sesgadas por los elevados índices de analfabetismo general, pero crecientemente atrapada por la multiplicidad de canales y soportes que la tecnología digital está posibilitando.

Las ventajas del uso de medios de comunicación social en la enseñanza.

En la práctica orientadora de los centros educativos el uso de los medios de comunicación ofrece un extenso abanico de posibilidades.

Con la finalidad de enriquecer la formación integral del estudiante, es preciso desarrollar en el aula una serie de actividades, centradas en el empleo de los propios mensajes de los medios como material de base, que le permitan decodificarlos y obtener una visión objetiva y crítica de la realidad segmentada, imaginada o manipulada que nos presentan.

Los medios en la pedagogía de la comunicación

Pueden programarse actuaciones como: análisis de anuncios publicitarios en distintos soportes; estudio y análisis de una misma noticia emitida en distintos medios y por distintos emisores; estudio y seguimiento en el tiempo de una noticia de actualidad; estudio de casos o temas concretos -conflictos bélicos, drogas, ecología, etc.); análisis de los distintos medios a través de sus mensajes, en fin un sinnúmero de variantes. Por su parte, según algunos autores como José Luis de Zárraga, Internet no es (primariamente) un nuevo 'medio de comunicación', sino un nuevo 'canal' a través del cual puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes. A contrario sensu, otros expresan que Internet es un medio, fundamentalmente, escrito, aunque también sonoro e icónico, pero los mensajes permanecen durante mucho tiempo en el mismo.

Entre debates existenciales respecto de si Internet es un canal o un medio, a título personal me inclino por una posición intermedia por cuanto la web si es una apoyatura a un medio ya existente con un soporte propio, cualquiera que fuese, (por ejemplo, para gráfica el papel o el CD) entonces la consideramos como un canal mientras que si produce y genera información propia sin otro soporte que la www propiamente

dicha, es entonces un medio (radio exclusivamente emitida por la red).

Esa amplísima oferta de comunicación y ocio con receptores pasivos plantea serios peligros de perversión de valores o de distorsión de la percepción del entorno a la vez que en lo referido a los materiales de trabajo, las modernas técnicas de reproducción (además de plantear infinidad de nuevas cuestiones legales y ser eficiente herramienta para la comisión de determinados delitos) facilitan el trabajo recopilatorio y, por lo tanto, el estudio, como regla general.

Por su parte, la orientación educativa encuentra en los medios de comunicación, entre otras, dos razones para aliar sus mensajes y sus estrategias de comunicación con las prácticas orientadoras que se desarrollan en los claustros, tanto desde un ámbito académico, como escolar y profesional.

Por cuanto la orientación educativa constituye un compromiso para ayudar y preparar a los estudiantes para que éstos sean capaces de enfrentarse al bombardeo de la información y de la publicidad que les llega desde los distintos medios de comunicación.

Asimismo, las eficaces estrategias y recursos expresivos de los medios y sus propios mensajes son preciados recursos que pueden ponerse al servicio de la actividad orientadora para enriquecerla, hacerla más atractiva y acercarla a la realidad social y al entorno.

Las razones anteriormente expuestas son más que suficientes para justificar la necesidad real que existe de intentar generalizar la práctica orientadora, teniendo en cuenta los medios de comunicación y sus mensajes en los centros educativos.

Teniendo en cuenta que la culminación de los tramos finales de las distintas ramificaciones que presenta el sistema educativo exigen una toma de decisiones responsables de cara a la integración en la vida activa laboral y productiva, es preciso tener en cuenta la influencia decisiva de una adecuada orientación permanente que permita a los estudiantes hacer una elección profesional acorde con su vocación y características personales. En esta etapa los medios pueden jugar un papel preponderante para hacer de la orientación una actividad formativa atractiva y rentable que nos permita ayudar al estudiante para que éste tenga la oportunidad de conocer la diversidad de opciones profesionales, la realidad laboral de su entorno, los distintos perfiles profesionales, la oferta y la demanda del mundo del trabajo.

Las producciones de los medios suelen presentar, directa o indirectamente, informaciones y peculiaridades de la realidad escolar, del sistema educativo, del entorno productivo, de las incidencias en centros o cursos, etc.

Algunas de las propuestas para dar esta orientación profesional son: actividades de análisis de producciones de dichos medios para conocer los tipos de trabajo, las clases de empresa, los requisitos exigidos -estudios, experiencia, disponibilidad, edad, residencia, etc. las ventajas que ofrece -tipo de contrato, tiempo de contratación, horario, posibilidades de promoción, condiciones del puesto; actividades de investigación e información profesional, análisis del mercado de trabajo a través de búsqueda, selección, clasificación y análisis de artículos de prensa, programas de radio o televisión, folletos publicitarios, anuncios publicitarios referidos a empresas, sectores laborales, tendencias profesionales, nuevas profesiones, etc., dar respuesta a distintas ofertas de empleo; estudio de perfiles profesionales a partir de los anuncios de oferta y demanda de

empleo; creación de anuncios publicitarios, guiones de entrevistas, curriculum vitae, solicitudes, cartas, cómics, guiones radiofónicos y para vídeo, murales; simulaciones y creaciones en distintos soportes de anuncios de oferta y demanda de trabajo, llamadas telefónicas a empresas, entrevistas de selección; actividades de entrenamiento en toma de decisiones a partir de las propuestas anteriores.

Soluciones

Un análisis detallado de estos riesgos nos conduce a la urgencia de las soluciones. Y, si de educación hablamos, la escuela es el instrumento adecuado. De entrada, hay que concientizar a las autoridades académicas de la conveniencia de regular y normalizar una asignatura que ayude a familiarizar a los escolares con el papel de los medios, la manera de hacer, la descodificación de los mensajes, lectura de imágenes y otras múltiples facetas que no viene al caso detallar.

La formación de los formadores

Bien podría decirse que -parafraseando algunos autores- debería surgir una sub especialización común a dos troncos disciplinarios cual sería la que uniese a las Ciencias de la Comunicación y a las Ciencias de la Enseñanza porque en un punto ambas se suplementan para poder:

o Saber enseñar para los primeros.

o Saber de medios para los segundos.

La pregunta es ¿Cómo motivar al profesor?

Es evidente que la escuela no puede ser ajena a las vivencias del niño. Ese divorcio entre la televisión y la escuela es ciertamente pernicioso para ambos, para la escuela y para la televisión. Para la escuela porque los medios de comunicación son sus competidores directos. Y para los medios audiovisuales que construyen una especie de medio ambiente constante en la vida de los niños y jóvenes, y además son un factor innegable de la socialización y también de la educación o formación de la infancia.

Para ayudar en esa tarea de formación de formadores, los expertos consultados sugieren algunas iniciativas interesantes.

A saber:

Realización experimental de programas-piloto, atendiendo a la convergencia multimedia y a la multiplicidad de soportes, algunos de ellos ciertamente próximos a los modos de vida o de diversión de los niños y jóvenes. Se trata de recuperar la televisión educativa sobre nuevas bases, abierta a nuevos formatos y alejada de esa imagen seria, convencional y poco atractiva que algunas veces la ha acompañado.

Puesta en marcha de un canal que trabaje en la alfabetización para todos (niños, padres, profesores y todos los otros públicos del sistema educativo): un canal sobre la propia televisión. Pero no un canal marginal, sino profesional y creativo. En este cometido hay opiniones que apuntan la conveniencia que se de protagonismo a los propios niños, que se pongan las cámaras en sus manos. Se sugiere que, ante el desconocimiento de los gustos de los destinatarios infantiles o juveniles, ante la falta de referencias claras, la aportación del propio público convertido en protagonista puede ser una salida. Otros opinan que es una pretensión inútil, que hay otras maneras de conocer a la audiencia y de organizar adecuadamente el trabajo. Frente a unos y otros, conviene

recordar que una buena educación audiovisual tiene como objetivo que los escolares sepan dialogar críticamente con la realidad audiovisual y dosificarla. Pero también, y muy especialmente, enseñar a los niños y niñas a comprender y expresarse en lenguaje audiovisual. Y en este sentido, una vez inmersos en el proceso de formación, su concurso podría ser importante. En contra de la opinión más extendida, la imagen sí puede conducir al conocimiento. Hay, por tanto, que enseñar a leer... imágenes y palabras.

Creación de otros instrumentos de alfabetización para padres, utilizando formatos atractivos como los concursos a través de canales interactivos.

Diseño de procesos e instrumentos de comunicación sectoriales dirigidos a los diferentes agentes del proceso educativo: guías, por ejemplo.

Existencia de observatorios de análisis y seguimiento de la programación televisiva. Observatorios que trabajarán en un doble frente. Por una parte, en la elaboración de informes para los organismos competentes de vigilancia y control y, por supuesto, para los propios operadores y productoras; por otra, divulgando esos mismos informes a través de canales interactivos que posibiliten la reciprocidad.

Formación de los profesionales televisivos mediante la creación de Talleres Profesionales Multidisciplinarios, con capacidad de reflexión, investigación y análisis, evitará improvisaciones y ayudará a planificar y abordar adecuadamente la realización de programas infantiles y juveniles.

Coordinar la investigación

En uno u otro caso, la formación de los formadores y de profesionales de la comunicación, la coordinación de las iniciativas de investigación puestas en marcha y la colaboración de los propios operadores para la elaboración de materiales didácticos, son propuestas sugerentes sobre las que merece la pena detenerse.

Desde el mundo de la Universidad se reclama la elaboración de un directorio de expertos que reúna las diferentes iniciativas investigadoras de los últimos años, a veces dispersas y repetidas.

La tarea investigadora, en cualquier caso, debe afrontarse desde un enfoque necesariamente crítico, pero no vacunador. La televisión, pero también los videojuegos o las posibilidades multimedia de algo tan cercano a los jóvenes como los móviles, forman parte del entorno del niño, se constituyen casi en su medio ambiente natural y hay que jugar en ese campo. Hay que entender que es posible interactuar y hay que poner los medios para hacerlo.

En este terreno de la investigación y la experimentación es urgente y prioritaria un mayor compromiso institucional porque es imprescindible que la investigación en educación y medios se potencie y se coordine.

La elaboración de materiales didácticos (CD's, vídeos, manuales, etc.) es tarea básica para empezar a andar. La iniciativa de la Universidad en este asunto, junto a la colaboración de los propios operadores, se adivina imprescindible.

Es fundamental que estas propuestas relativas a la organización del trabajo investigador no caigan en saco roto. Son muchas las lagunas existentes y todos estaríamos en mejor disposición para afrontar los retos que los medios audiovisuales nos plantean si dispusiéramos de datos fiables sobre los efectos de la televisión, del DVD, de los videojuegos, de Internet, de

los móviles multimedia,... Si pudiéramos analizar la programación infantil, profundizar sobre su narrativa, los valores que la sustentan, los mitos que promueve... Pero no sólo la infantil, sino algunos de los programas de más tirón dentro de un horario protegido o espacios de prime time en los que la audiencia infantil es muy importante. Hay muchas dudas por resolver. Por ejemplo, en torno a la percepción de los niños sobre lo que ven: la diferenciación entre realidad y ficción, entre los contenidos y la publicidad.

Enseñar a ver la televisión

Esa es la obsesión. Pero todos estamos necesitados de esa formación: padres, profesores y estudiantes. Hacer una televisión para los niños se antoja tarea faraónica, dadas las dificultades del empeño. Para empezar, el diálogo entre todos los sectores es la mejor recomendación. Investigadores, escuela, padres, estudiantes, operadores, productoras, administración... diálogo y debate que, entre otras cosas, permita consensuar los valores y contenidos éticos que deben orientar la programación.

A modo de resumen

Para concluir ... se constata, en general, el desconocimiento sobre el entorno audiovisual de los niños y jóvenes, y sobre los efectos en estos colectivos de los medios audiovisuales. Sobre esta base se plantea la necesidad de:

- Potenciar la información, estimular la formación y consolidar una estrategia de educación en medios adecuada.
- Colaborar entre los diferentes actores i.e.: instituciones educativas y gubernamentales y la sociedad civil para impulsar estrategias de acción factibles y convencer a todos que, efectivamente, son factibles.
- Promover investigaciones y experiencias aplicadas a asuntos como los usos educativos de los medios de comunicación, los contenidos de riesgo para los niños y las estrategias más eficaces para la protección de la infancia y la juventud.
- Potenciar la creación de observatorios permanentes sobre esta asignatura y la colaboración transversal entre instituciones.
- Superar la falta de incentivos comerciales que han hecho disminuir la producción de programas para niños y jóvenes, y educativos en general.
- Incentivar igualmente a la industria multimedia para niños, jóvenes y, en general, para la educación. Se trata de aprovechar las nuevas posibilidades tecnológicas en el desarrollo de nuevas producciones.
- Atender específicamente las necesidades de tutela y protección que requiere la infancia, más allá de regulaciones generales que en modo alguno pueden satisfacer las exigencias propias de la sensibilidad infantil...
- Instar a la televisión e instituciones a adecuar la programación y la publicidad a la realidad familiar; regular la presencia de menores en los medios y la emisión de contenidos de riesgo; señalar los programas; evaluar sus efectos y consensuar una guía de buenas prácticas que impulse los valores sociales recomendables en cada momento.

Conclusiones

La orientación educativa encuentra en los medios de comunicación, entre otras, dos razones para aliar sus mensajes y sus estrategias de comunicación con las prácticas orientadoras que se desarrollan en los centros educativos, tanto desde un ámbito académico, como escolar y profesional.

En primer lugar, la segmentación y, muchas veces, la manipulación que se hace de la realidad para convencer o confundir a la persona exige de la orientación educativa un compromiso para ayudar y preparar a los estudiantes para que éstos sean capaces de enfrentarse al bombardeo de la información y de la publicidad que les llega por y desde los distintos medios de comunicación.

Y en segundo lugar, las eficaces estrategias y recursos expresivos de los medios y sus propios mensajes son preciados recursos que pueden ponerse al servicio de la actividad orientadora para enriquecerla, hacerla más atractiva y acercarla a la realidad social y al entorno.

Las razones anteriores son más que suficientes para justificar la necesidad real que existe de intentar generalizar la práctica orientadora, teniendo en cuenta los medios de comunicación y sus mensajes en los centros educativos.

Bibliografía

- Abrantes, J. C. (1993). *Formar profesores na era dos media*. en Noesis, 29. Lisboa, Instituto de Inovação Educacional.
- Aguaded Gómez, J. I. (1996). *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Propuestas desde los medios. Huelva, Grupo Comunicar.
- Amat, O. (1996). *Aprender a enseñar, una visión práctica de la formación de formadores*. Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Benito, Angel (1973). *Teoría general de la información*. Introducción. Madrid, Guadiana.
- Birkenbihl (1990): *Formación de formadores*. Madrid, Paraninfo.
- Bobbio, Norberto (1993). *Teoría general del Derecho*. Madrid, Debate, 1993.
- Desantes Guanter, José María (1977). *Fundamentos de Derecho de la Información*. Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- D'ors, Alvaro (1982). *Una introducción a la historia del Derecho*. Madrid, Rialp.
- Fandos Igado, M. (1995). *Juega con la imagen. Imagina juegos*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».
- Fernández Areal, Manuel (1977). *Introducción al Derecho de la Información*. Madrid. ATE.
- Folliet, Joseph (1972). *La información hoy y el derecho a la información*, Santander, Salterrae.
- García Garrido, Manuel, y Eugenio, Francisco (1990). *Estudios de Derecho y formación de juristas*. Madrid, Dykinson.
- Martínez Albertos, José Luis (1972). *La información en una sociedad industrial*, Madrid, Tecnos.
- Masterman, Lea (1993). *Enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- Monescillo, M. y Méndez, J. M. (1997). *Acción tutorial y Orientación para consumir televisión*, en Aguaded, J. I. (Dir.). *La otra mirada a la tele. Pistas para un consumo inteligente de la televisión*. Sevilla, Consejería de Trabajo e Industria.
- Prieto de Pedro, Jesús (1991). *Lenguas, lenguaje y Derecho*. Madrid, Civitas.
- Ramos Fernández, Luis Fernando (2000). *El método de enseñanza de la Comunicación*. Un ejemplo: Enseñar Derecho de la Información, en Varios autores (2002). *Libro Homenaje al Profesor Fernández Albertos*. Universidad Complutense de Madrid.

Apéndice

El conocimiento y tipología del estudiante.

Conviene precisar que el profesor debe conocer, y conocer lo mejor posible, la pieza esencial de la maquinaria con la que trabaja, el estudiante. Coincidimos con Amat (1996: 33) en que la formación pretende que se produzca un cambio en el estudiante. Este proceso tiene lugar lentamente y produce un fruto, el esperado resultado final. El conocimiento de los estudiantes permite motivarlos más, con lo que aumentará el esfuerzo y la dedicación, y, en consecuencia, resultados a obtener.

Además de la indispensable ficha de clase, con los datos personales habituales, las tutorías deben servir, entre otras cosas, para mantener entrevistas personales, en la medida de lo posible, con todos y cada uno de los estudiantes, para conocer su interés y planteamiento ante la asignatura, comentar el programa, la bibliografía y explicarle los objetivos del curso. Ciertamente que no todos los estudiantes van a responder del mismo modo, pero el deber del profesor es intentarlo exactamente igual con todos y cada uno de ellos.

Amat ha elaborado una lista convencional de actitudes del estudiante en clase que perfilan y definen los tipos base que suelen ser comunes en todas las universidades del mundo, pero especialmente en la española. Existe un tipo de estudiante interesado y cooperador, es el estudiante ideal; pero la excesiva atención del profesor, en su caso, puede grajearle el odio de los demás. El profesor debe actuar con extremo tacto, siempre a partir del hecho que es un estudiante excelente para trabajar.

En el extremo contrario se encuentra el estudiante que considera al profesor como un enemigo. Hay que tener especial paciencia con este tipo, siempre sin perder la autoridad. Pero ese es también el reto de la actividad docente. Es frecuente encontrar estudiantes faltos de base, que llegan a la Universidad sin el bagaje de conocimientos que, se supone, deberían haber adquirido previamente. Las tutorías también sirven aquí, en la medida de lo posible, para paliar esas lagunas; si bien hay que reconocer que algunas son especialmente graves. Abunda en nuestras aulas al clásico estudiante payaso que padece, por lo general, una falta de madurez. Hay que evitar toda ocasión que actúe. Ni el estudiante desinteresado o indiferente ni el monopolizador, respectivamente, por defecto y por exceso, ayudan a mantener el tono necesario de la clase. El reto consiste en incentivar al primero y moderar al segundo, hasta alcanzar un punto de equilibrio necesario. Aunque no es frecuente, a veces aparece un tipo de estudiante sabio, que lo sabe o cree saberlo todo. Si además se produce de forma impertinente es un elemento igualmente nocivo. Conviene recordarle que quien marca los esquemas y objetivos de la clase es el profesor.

Hay un tipo de estudiante líder, que admite diversas subespecies. Mi experiencia no asocia precisamente esta figura al mejor rendimiento escolar. Algunos poseen mayor querencia por la agitación y el sindicalismo (que tienen su adecuado contexto), y pretenden ejercerlo dentro y fuera de clase. Si este estudiante es, además, buen estudiante, su ejemplo y cooperación en clase son valiosos; pero no caso contrario. En todo caso, en el conjunto de clase es uno más.

Las funciones representativas o delegadas se ejercen en su marco correspondiente. Alrededor del líder suele congregarse un grupo de seguidores. Hay que evitar que se reproduzca en la clase todo espíritu gregario. Cada estudiante es una persona

individual, con su propia personalidad. El profesor, sin caer en el paternalismo, debe estar especialmente atento en orden a estimular a los estudiantes más tímidos o retraídos, especialmente en el caso que estén poco integrados en el conjunto de la clase. Asimismo debe contribuir a quebrar toda situación de antagonismo o enfrentamiento que pueda traducirse en la formación de grupos enfrentados, aparentemente o no.

A modo de conclusión puedo establecer que todas estas tipologías son más bien de carácter empírico porque en las ciencias blandas nada es tan rígido y las variables son cuasi infinitas, dependiendo entre otras causas de:

- o Feed back con el docente;
- o Interés en la asignatura a cursarse;
- o Circunstancias particulares del estudiante;
- o Factores socio-psico-económico-culturales del estudiante;
- o Circunstancias particulares del docente;
- o etc.

Para no abundar en detalles de explicación de las circunstancias mencionadas ut supra que de por sí son suficientemente obvias, dejo abierta esta enumeración para que cada quien pueda aportar sus propias experiencias personales en la docencia.

La experiencia en clase

Alfio Maccari

Cabe un pequeño análisis de esta frase.

Bueno quizás análisis sea demasiado pretencioso y simplemente haga un par de preguntas para comprenderla bien.

¿Qué se entiende por Experiencia en Clase?

- a) Experiencia desarrollada en clase.
- b) Experiencia de vivencias en clase.
- c) Experiencia llevada hasta la clase.

Nuestros estudiantes ávidos de conocimiento transitan las clases, es cierto, en busca de experiencia; pero, ¿Propia o ajena, a desarrollarla o a adquirirla?.

Podría yo a esta altura preguntarme:

¿Qué les damos? o ¿Qué intentamos darle?

¿Nuestra experiencia?

¿La posibilidad que ellos tengan las suyas?

¿Experiencia carente de contenido?

¿Teoría sin relación directa a la realidad, fuente de toda experiencia?

¿Nuestra experiencia además de los contenidos?

¿Contenidos que recorran o simulen recorrer los mismos pasos nuestros para virtualizar la trayectoria de nuestra propia experiencia?

Parece complicado, pero intentare despejar las dudas, o encontrar las respuestas a estas y muchas más preguntas que puedan surgir.

Ahora, ¿Somos capaces de decidir si nuestra experiencia es la historia justa que nuestros estudiantes necesitan para una realidad que con el paso del tiempo fue cambiando?

¿Sería conveniente que nos limitemos a desarrollar una teoría carente de experiencia?

¿Será que tendremos que utilizar experiencia y sabiduría en partes iguales? ¿O desiguales, pero usando las dos?

Interesante paradoja.

Al menos voy encontrando algo.

No se si mucho, pero es algo.

¿Se puede usar experiencia y teoría juntas?

Miremos nuestra experiencia en clase, aplicada en función a entender lo que sobretodo necesitan quienes confían en nosotros, lo que quieren, saben, sienten, esperan y entienden que desde nuestro lado haremos todo lo posible y lo imposible para que ellos se nutran de conocimientos. Que lleguen a buen puerto desde la experiencia propia o ajena, desde la sabiduría desarrollada o adquirida.

Entiendo que en tareas de comunicación como la publicidad no se podría caminar sin experiencia, la propia y la ajena. La del emisor y la del receptor (gracias Munari) la del nexo entre ellos; la de uno, la de todos.

Experiencia y sabiduría.

Reflexiono: la teoría es algo así como la puesta en letras de las vivencias de otros, esquematizada para una más simple comprensión de los datos.

Necesito un diccionario.

Experiencia:

1. f. Práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo.
2. f. Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas.
3. f. Circunstancia o acontecimiento vivido por una persona.

Descubro que: Vale la nuestra desde la vida, vale la de los otros desde la teoría y vale también la de los nuevos desde la necesidad de adquirirla.

Vale la del aula, vale la de la clase.

El aula, ¿Será este el lugar ideal para intercambiar experiencias? Por lo pronto y si me apuran diría, no existe como el aula para ese traspaso.

El aula un lugar donde los consumidores (estudiantes) están dispuestos a gastar todo su capital (energía y necesidad de aprender) y donde los productos (conocimientos) están en oferta siempre y en una muy buena góndola (profesores y sus clases).

Sí, es en el aula.

Sí, es en la clase.

Trabajemos fuerte para el traspaso de la experiencia como hicieron con nosotros y como la humanidad seguirá haciendo. Apostemos por la experiencia propia tanto como la de los demás.

Generemos desde el conocimiento, la práctica, la teoría; una manera dinámica, efectiva, y hasta divertida de un traspaso sin egoísmos de nuestra experiencia, de nuestro conocimiento. Nuestros estudiantes seguirán ahí, esperando. Está en nosotros darles lo que necesitan, lo que quieren y hasta lo que ni esperan. No es difícil, solo es cuestión de proponerselo.

No se si serán estas las respuestas.

Si, que es un buen camino para encontrarlas.

Bueno ya por acá y a esta altura diré que también podía haber contado algo de lo que pasó en alguna de mis clases. Pero será para la próxima.