

La identidad de las escuelas secundarias y la identidad de sus alumnos.

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Andrea Stiegwardt (*)

Resumen: La identidad de las Instituciones, así como la identidad de las personas, es susceptible a la imagen percibida por los diversos públicos. Su interacción social las sitúa como seres autónomos que conviven en la sociedad y las definen.

Palabras clave: Identidad – imagen pública – enseñanza media.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 259]

La escuela secundaria como formadora de identidad

Los jóvenes transitan. Transitan las calles. Transitan las redes sociales. Transitan las instituciones. Los jóvenes van formando en ese andar aquella identidad que les permitirá enfrentar el mundo como seres autónomos e independientes.

Los jóvenes atraviesan la escuela secundaria, sumidos en el camino de la enseñanza formal. Sin embargo, este recorrido los conduce por un trayecto que no será exclusivo del aprendizaje de saberes académicos.

Transitando la escuela secundaria los adolescentes construyen sus identidades juveniles. En su entorno comienzan a plasmar su realidad, expresada por el ambiente en el que ellos viven y se desarrollan; y también comienzan a percibir la realidad de los otros en comparación a lo que van definiendo sobre sí mismos.

“En general, la definición de las identidades se formula enfatizando más las características ajenas, aquellas que no se comparten, que las propias. Por ello, la identidad implica el hecho de que un conjunto de rasgos, además de ser compartido por diversos individuos, sea asumido como constitutivo de cierta colectividad, a la que se pertenece y a la que es posible reconocer respecto de otra a la que se indica –muchas veces sin nombrar– como antagonista, competidora o simplemente distinta” (Santagada, 2000, p. 122).

En los jóvenes comienzan a surgir ideas, desacuerdos, deseos y anhelos; y será la institución secundaria, como una entidad viva y compuesta, la que concentrará esas variantes y las unirá, con mayor o menor fuerza, para que sean concebidas como un ente único. Lo colectivo se transforma así en un todo, en una sumatoria de individualidades que podrán converger en una identidad única que se erige frente a jóvenes de otras instituciones.

Lo colectivo se une bajo el nombre de una determinada Escuela Secundaria y con un determinado entorno sociocultural, no exclusivo, que puede generar un factor de diferenciación.

“La realidad social no tiene sentido fuera del que le asignan los sujetos que la producen y reproducen. Como sujetos sociales, tenemos la capacidad

de tomar posición ante el mundo y de conferirle sentido, y éste, cualquiera que sea, conducirá a que en la vida juzguemos determinados fenómenos de la coexistencia humana a partir de él, y a que tomemos posición frente a ellos como significativos” (Weber, 1993).

La interacción de los jóvenes como actores sociales en un entorno definido responde a ciertas conductas que serán propias de ese contexto. Dichas conductas serán comprendidas e interpretadas de igual manera en un ambiente y con un código común que formará una identidad única. Sin embargo, esto no sucede con independencia de la institución a la que se pertenece sino que, por el contrario, será la institución la que otorgará un marco a estas conductas.

La institución educativa preexiste al ingreso de nuevas generaciones de alumnos y posee determinados valores que conforman su identidad. La cultura de la escuela, sus metas, misión, visión y valores, no sólo no prescriben con los años sino que afianzan la imagen de un estilo de educación específico que convive en la sociedad. El Instituto La Salle de Florida, El Colegio Nacional de Buenos Aires, La Escuela Superior de Comercio Carlos Pellegrini, La Escuela Lenguas Vivas, son ejemplos de instituciones que dejan su impronta en los alumnos que las transitan.

Sus ex-alumnos fundan asociaciones, realizan encuentros regulares y competencias deportivas. No los unen exclusivamente las amistades surgidas de la época de la juventud sino un espíritu conservado a través de los años. Hay identificación. Hay ánimos y voluntad de reproducir y sostener en el tiempo, y en la vida adulta, los valores y el sentimiento de unión asumidos en la escuela secundaria. Hay orgullo y hay respeto.

¿Qué motivó a los ex alumnos del Colegio Nacional de Buenos Aires a crear su Asociación el día 14 de junio de 1934? El estricto curso de ingreso que deben aprobar para ingresar como alumnos, las importantes figuras públicas egresadas del Colegio, la variedad de actividades que fomenta en sus alumnos la institución, las excelentes instalaciones que posee como escuela pública (una destacada biblioteca, el observatorio astronómico, un campo de deportes propio ubicado en Puerto Madero, etc.), son fragmentos de una identidad plasmada en el orgullo de pertenecer y en el deseo de no perder esa

imagen que los inserta en una sociedad en la cual son reconocidos por la escuela secundaria que los alojó en sus años de juventud.

Como se señala más arriba, los alumnos se definen en la sociedad, identificados por su escuela pero también comparados con aquellas instituciones a las que no pertenecen. Afirmamos entonces que pertenecen ya que son parte y juez, es decir que son formados y forman aquello que viven.

La Escuela Superior de Comercio Carlos Pellegrini es otra institución de enseñanza pública secundaria de la Ciudad de Buenos Aires que depende directamente del Rectorado de la Universidad de Buenos Aires, y es, junto al Colegio Nacional de Buenos Aires, uno de los establecimientos educativos más prestigiosos y exigentes de la Argentina. Con condiciones similares, ambos colegios han rivalizado desde sus inicios y, para cada camada de estudiantes, el diferenciarse de alumnos cursantes o egresados del otro colegio es un cometido que otorga sentido a esa identidad.

Si la identidad construida por una institución educativa es fuerte y reconocida, será un proceso natural la transmisión de valores diferenciales a los jóvenes. “La identidad institucional es un conjunto de atributos asumidos como propios por la institución (...) La institución, a través de su actividad regular y, básicamente, de su diálogo permanente con sus interlocutores, va generando formas de autorepresentación” (Chaves, 1994, p. 24). Cuando los jóvenes se sienten contenidos y se consideran parte de algo más grande, suelen medir sus conductas y apostar a ser buenos embajadores de lo que representan.

Asimismo, la institución debería acompañar aquello que profesa con su conducta ya que si su actuar es ajeno a la identidad se podría producir un vacío de esta identificación.

La imagen, entendida como percepción en la mente de los públicos, debe coincidir con la identidad para ser congruente. “La imagen aparece como el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social” (Chaves, 1994, p. 26). Si la imagen y la identidad coinciden la institución será coherente y creíble. Los alumnos, en este contexto, pasan a ser colaboradores indirectos de construcción de esa imagen.

El poder de los valores transmitidos por la escuela secundaria

Construir instituciones conformadas sobre valores positivos, reales y transmitibles sería similar a tener la mitad de la batalla ganada en términos de imagen.

Educación con el ejemplo debería ser lo menos complejo si la institución se ha tomado el trabajo de afianzar en su cuerpo docente y administrativo aquellos rasgos que desea transmitir.

Cada actor social involucrado debería participar de este proceso de sociabilización de manera crítica y reflexiva para que la institución pueda ir adaptando sus formas a los cambios sociales y culturales que van sellando las diferentes épocas.

Hacerse preguntas, cuestionar habitualmente lo que se hace y aquello que se ha dejado de hacer nos permitirá estar atentos a las necesidades del entorno.

¿Hay sinergia en el grupo de estudiantes de un mismo curso? ¿Hay simbiosis en las conductas de los jóvenes estudiantes en general? ¿Participan de actividades extracurriculares? ¿Se entusiasman con las acciones solidarias o los desafíos académicos?

Si los jóvenes sienten contención e identificación desde el lugar en el que transitan esta compleja etapa de sus vidas, pueden reducir la dificultad de sus constantes conflictos adolescentes, fruto también de la interacción social. La escuela secundaria se transforma así en escenario indiscutible de sus experiencias diarias.

La sociabilización es también una práctica educativa, por ello la escuela secundaria será un componente esencial en esta interacción objetiva y subjetiva de adolescentes que conviven con otros adolescentes. Ser estudiante en este contexto, un actor individual, será tan importante como ser un actor colectivo y social, ya que los jóvenes se apropiarán de su entorno y lo reproducirán en todos los ámbitos.

Será esencial también asumir la relevancia que contienen los mensajes que emite la institución educativa. La comunicación institucional “está constituida por el conjunto de mensajes efectivamente emitidos. Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, toda entidad social, con sólo existir y ser perceptible, arroja sobre su entorno un volumen determinado de comunicados” (Chaves, 1994, pp. 24-25). Constantemente la escuela secundaria se expresa, como toda institución, aunque no prevea hacerlo. La comunidad educativa es emisora y receptora de mensajes voluntarios e involuntarios. Comunican con sus acciones los docentes y los alumnos. Comunican las instalaciones y los elementos faltantes. Comunican las conductas de los alumnos en la puerta de la institución. Todo comunica.

Los representantes de las escuelas secundarias deberían valorar el poder que ejercen sus actos y sus mensajes y comprender que éstos se enmarcan en el quehacer de una institución colectiva. Consideramos así que el relato construido por la institución educativa será la identidad absorbida por los alumnos tanto en su carácter individual como colectivo.

La escuela secundaria es habitualmente determinante en el desarrollo de la identidad de los jóvenes e involucra a todos sus interlocutores en la evolución de su imagen. Quedará en cada institución educativa la utilización de las herramientas que considere adecuadas para transmitir valores específicos en la sociedad y erigirse como comunidad.

Promover actividades extracurriculares y curriculares de índole cultural y deportiva, involucrar a los alumnos en actividades solidarias, invitarlos a asumir responsabilidades que los involucre con participación activa son algunas de las opciones para generar lazos estrechos entre sus alumnos y entre los alumnos y la institución. Entonces será preciso, en educación de nivel secundario, no olvidar que las enseñanzas no sólo imparten conocimientos académicos sino que moldean juventudes al mismo tiempo que construyen, diariamente, nuevos mensajeros de una identidad institucional.

Referencias bibliográficas

- Chaves, Norberto (1994) *La imagen Corporativa*. México: Ediciones Gili.
- Santagada, Miguel A. (2000) *De certezas e ilusiones*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba).
- Weber, Max (1993). *Ensayos Sobre Metodología Sociológica*. Buenos Aires, Amorrurtu.

Keywords: Identity - public image - high school

Resumo: A identidade das Instituições, bem como a identidade das pessoas, é susceptível à imagem percebida pelos diversos públicos. Sua interação social situa-as como seres autônomos que convivem na sociedade e as definem.

Palavras chave: Identidade – imagem pública – ensino médio

Abstract: The identity of the institutions, and the identity of the people, is susceptible to the image perceived by the various stakeholders. His social interaction puts them as autonomous beings that live in society and define them.

(*) **Andrea Stiegwardt.** Licenciada en Comunicación Social (UCES).

El Rol de la Dirección de Arte: Creación de Mundos, Digital-Analógico.

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Paula Taratuto (*)

Resumen: A partir de la proliferación de herramientas digitales en la era de la tecnología, el diseño de la imagen en la producción cinematográfica se ha enfrentado a un nuevo escenario en el que confluyen, se complementan y compiten las prácticas tradicionales ligadas a lo físico-corporal y las prácticas digitales creadas a través de interfaces virtuales.

Palabras clave: dirección de arte - prácticas digitales - nuevas tecnologías.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 262]

La construcción de los mundos en el lenguaje del cine son siempre irrealidades que evocan intencionalmente nuevas realidades. Absolutamente nada es real, ni aun cuando se trabaja en escenarios naturales. Con fragmentos seleccionados del repertorio de los ámbitos reconocibles, reales o de ficción, se construyen las imágenes que representan el lugar donde habitan los personajes y donde va a introducirse el espectador aceptando como válida esa realidad.

En cuanto a práctica significativa, el cine tiene que ver directamente con la ideología. Esta relación se puede ver encarnada en el uso y la promoción de determinadas tecnologías que permiten la obtención del producto fílmico. Como industria cultural globalizada e hipermediatizada, administrada por grandes grupos generadores de productos de entretenimiento, en el cine es visible la línea de clivaje en la cual la creación de la imagen y la generación de contenidos se ajustan a prácticas performativas que intentan garantizar el consumo a nivel global de lo producido.

El rol de la dirección de arte

En el siguiente trabajo se analizará la coexistencia de herramientas tradicionales y herramientas digitales para la generación del diseño de la imagen en la producción cinematográfica.

Partiendo de la importancia del factor humano en la definición del Diseño de Producción de la Imagen, que

dará por resultante la construcción física y los gráficos computarizados para la creación del mundo referencial, en función de poner en valor el discurso audiovisual como creación única e irreplicable que la defina como obra de arte.

Debemos estar atentos a las facilidades ofrecidas por las herramientas digitales frente a las infinitas posibilidades ofrecidas por la traducción de la imagen a información numérica y su tendencia mimética, quedando de manifiesto la fractura digital-visual por encima del relato dramático-visual.

En cuanto a práctica significativa, el cine tiene que ver directamente con la ideología, como todas las manifestaciones artísticas. Como industria cultural globalizada e hipermediatizada, es administrada por grandes grupos generadores de contenidos. Hoy más que nunca, es visible en el cine industrial, la línea de clivaje en la cual la creación de la imagen se antepone a la generación de contenidos.

Es necesario analizar la coexistencia de herramientas tradicionales y herramientas digitales para la generación del diseño de la imagen en la producción cinematográfica como arte aplicado, y el rol del factor humano en la definición del límite entre la construcción física y los gráficos computarizados para la creación del mundo referencial.

A partir de la proliferación de herramientas digitales en la era de la tecnología, el diseño de la imagen en la