

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los productos culturales con intención educadora producidos por el estado tienen un carácter de bienes públicos, entendidos como bienes que legitiman su existencia porque apuntan a promover el bien común, sin excluir a nadie. De las dinámicas que sus creadores definan para crear el producto y ponerlo al alcance de todos, deriva el mérito de la gestión.

En el caso de *Las Claves del Altillo*, entendido como producto cultural con propósito educativo explícito, el bien público se marca como el horizonte que contextualiza el proyecto y orienta las decisiones desde el momento de ideación hasta su puesta en circulación. A la luz de esta dinámica se pueden entender mejor las fortalezas y debilidades del proyecto y pueden orientarse las recomendaciones que hace el equipo de investigación.

La política del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico de Bogotá - IDEP- busca privilegiar en la ciudad los espacios que hagan posible un trabajo cooperativo entre las diversas manifestaciones de los medios de comunicación y el mundo educativo; más concretamente, el mundo escolar. Acciones orientadas a dar vida a la política han sido los encuentros de comunicadores y educadores, la producción de teleseries como *Francisco*, *El matemático*, o la serie para TV *Vida Maestra*, la Caja de Herramientas *Vida de Maestro*, la caja *Aula Viva*, las investigaciones sobre la oferta, demanda y usos pedagógicos de los audiovisuales de carácter educativo en la ciudad, el *Magazín Aula Urbana*, la presencia del IDEP en eventos como *Mini-input* o en seminarios sobre televisión educativa y el permanente apoyo a las iniciativas de diversa índole que se mueven en el campo comunicación/ educación. Hoy el IDEP es reconocido como agente dinamizador de las transformaciones y avances en este asunto en la ciudad, en el país y en el contexto internacional.

En este contexto se desarrolla la propuesta pedagógico-mediática denominada *Las Claves del Altillo*, “Ejercicios de lenguaje y matemáticas para después del aula”. De una parte, el proyecto encarna una vez más el “encuentro de los icebergs” (como lo denominó Germán Rey, 2000) en el diseño y puesta en escena de unos cortos programas que pueden circular en formato de video e insertarse en el flujo de programas televisivos que compartan propósitos con los de la propuesta del IDEP. De otra, el proyecto asume el reto de llegar a todos los ciudadanos buscando mecanismos como la comercialización de los videos o la inserción en programas de televisión del canal público de la ciudad. Estos dos retos sirven de marco para intentar algunas conclusiones y proponer algunas alternativas que permitan aprovechar al máximo esta experiencia ahora y en apuestas futuras.

El proyecto nace de un problema real identificado a través de los resultados de las pruebas censales de competencias que aplicó la Secretaría de Educación del Distrito Capital -SED- a los niños de tercero y quinto de básica primaria, resultados que arrojaron información acerca de las

mayores dificultades de los niños en las áreas de lenguaje y matemáticas. Así, el IDEP asume un compromiso de apoyar los esfuerzos del sistema educativo (en cabeza de la SED) para mejorar dos aspectos de la calidad de la educación formal (el desempeño en lenguaje y matemáticas), desde una perspectiva de las funciones del mundo escolar, de los saberes escolares y del enfoque de competencias. El producto mediático que propone el IDEP, se relaciona de manera directa con el currículo explícito de la escuela, convirtiéndose en un material didáctico, que aunque circule por diversos medios, tiene un carácter pedagógico que lo distingue de los productos mediáticos realizados desde la televisión, que buscan fundamentalmente entretener.

La puesta en escena de los ejercicios, si bien logra articular mundos, termina reduciendo las situaciones de aprendizaje a un escenario de aula de clase, pues a medida que avanzan los ejercicios el atillo se va pareciendo más a un aula, incluido el pizarrón. Así mismo, los roles de los actores, identificados claramente por los niños como “los que saben” y “los que no saben” generan una imagen deficitaria de niño, pues Bocón, además de ser torpe, sucio, impertinente, tiene el grave defecto de no aprender. Ruca y Bocón no se asumen como sujetos de saber, sino como “tabulas rasas” a los que hay instruir. No se puede partir de su “pre-saber” para construir, a partir de ese reconocimiento un nuevo saber. Así mismo, las imágenes de “quienes saben” transmiten también las lógicas de poder instauradas en la escuela tradicional que supuestamente se quiere subvertir desde esta propuesta mediática. Los adultos y “los humanos” de los ejercicios no solo ostentan el saber escolar, sino que marcan la norma indicando aquello que es correcto hacer o decir y lo que no es correcto.

Este “encuentro de icebergs” exige desde su ideación la participación de los diversos productores para que la múltiple dimensión -pedagógica, estética, lúdica y mediática- pueda armonizarse en sus sentidos, en sus propósitos y en su puesta en escena. La vía seguida en el proceso de producción de *Las Claves del Atillo*, en la cual la primera fase consistió en afinar la propuesta pedagógica y luego se pidió a los mediáticos “traducir” al lenguaje audiovisual las orientaciones pedagógicas y, en un tercer momento, poner en circulación televisiva el producto audiovisual, si bien sigue una direccionalidad, perdió la riqueza sinérgica que pudiera ganarse en la creación. Los resultados logran armonía en muchos videos, pero también desencuentros en otros. Sin embargo, en el momento que se encuentra mayor dificultad es en la inserción a través del flujo televisivo, pues los ejercicios no pueden ser puestos de manera arbitraria en un programa de televisión, dado que requieren de contextos de programación que permitan que las audiencias no solo identifiquen el texto del ejercicio, sino sus sentidos múltiples en diversos contextos.

Por su intencionalidad y desarrollo, los ejercicios despliegan todo su potencial en contextos pedagógicos, ya sea los escolares, los familiares o los de la televisión. Su puesta en circulación requiere de una contextualización que permita a las audiencias reconocer el mensaje como parte de un proceso de educación en el lenguaje o en la matemática. Su circulación en contextos meramente lúdicos no trasciende las fronteras del entretenimiento, por lo que se hace necesario replantear su presentación en las franjas televisivas creando las condiciones educativas que permitan articular cada ejercicio presentado con un contexto que pueda ser reconocido como lúdico-educativo.

La participación de las posibles audiencias en la ideación y diseño de los materiales que tienen pretensiones pedagógicas se hace también necesaria, pues a las estéticas de los profesores, orientadas fundamentalmente por una lógica didáctica que instrumentaliza los materiales

audiovisuales pensándolos y usándolos como meros ‘recursos’ se opone una estética holística de parte de los niños, que articulan con solvencia los lenguajes mediáticos con sus propósitos pedagógicos, como se pudo comprobar a través de la percepción que los niños hacían del los ‘ejercicios’ que habían visto. Estas estéticas deben articularse con las intencionalidades de los pedagogos y de los productores mediáticos.

El proceso de producción de materiales pedagógicos puede ser enriquecido si desde el comienzo se busca una dinámica de participación simultánea de pedagogos, maestros, estudiantes y productores mediáticos que puedan aportar diversas perspectivas propiciando polisemias que revierten en un carácter más cercano al mundo de las audiencias y, por tanto, potenciador de interacciones entre los materiales y los usuarios.

El carácter ‘anfíbio’ de *Las Claves del Attillo*, dado por la pretensión de circular tanto en contextos escolares como en contextos familiares (a través de la televisión y también del video comprado por personas naturales) requiere, así mismo pensar el producto como ‘entretenimiento pedagógico’ y como material didáctico. Las observaciones realizadas con niños en contextos familiares permiten concluir que los niños alcanzan a captar la intencionalidad pedagógica de los videos e incluso sus temáticas, pero se dificulta aprehender las nociones y los contenidos conceptuales que se proponen en cada ejercicio sin lograrse los propósitos pedagógicos. En los contextos escolares se observó que los docentes que mayor formación tenían en el campo de las competencias lograban un uso más productivo y una comprensión más compleja por parte de los niños. Fue reiterada la solicitud de los profesores para tener algún tipo de instructivo o actividad que les permitiera conocer el material en su potencial educador y los orientara en posibles usos.

Dado que los materiales han circulado casi exclusivamente en contextos escolares, que la circulación ha sido baja (16.5% de la producción) y que se requiere incrementar el uso pues la información obtenida de los compradores indica que solo el 2.5% de la producción se está usando, es necesario que se reoriente la distribución. Para ello, se recomienda acompañar los video casetes con algún material de información para los adultos (que son los compradores) y con orientaciones acerca de la perspectiva conceptual, el valor pedagógico, la descripción de los contenidos y alternativas de uso. Las presentaciones que ha elaborado en Programa A-prender TV, patrocinado por la SED, pueden ser un buen material de acompañamiento y, aunque está en la red Internet en la página web de la SED, sería conveniente incorporarlos a los video casetes.

Para que los productos culturales que se orientan al mundo escolar puedan entrar efectivamente a las aulas se requiere que los docentes creen en ellos y se los apropien. En este sentido, tanto su participación en la producción como la incorporación de estrategias y acciones orientadas al conocimiento de los materiales por parte de los profesores y las distintas formas de estímulo para propiciar los usos (por ejemplo, hacer concursos y encuentros de maestros que usen los materiales estimulando la publicación de sus experiencias a través de *Aula Urbana*) deben ser parte de las estrategias de circulación. *Las Claves del Attillo*, concebidas como producto cultural de carácter público, orientadas a mejorar la calidad de la educación escolar deben recobrar ese sentido abriendo la posibilidad que el Estado no solo haga la producción y delegue en un comerciante su circulación, sino buscando alternativas para que los materiales lleguen a las escuelas y sean apropiados por los maestros.

El actual esquema de comercialización desvirtúa el propósito de la política del IDEP por cuanto ha convertido el bien público en mercancía y se ha dejado a las lógicas de mercado su circulación en la sociedad, negándoles a miles de niños la posibilidad de beneficiarse de esta creación cultural. A la adquisición tan baja debe agregarse la forma como llega a las escuelas: enviado por el vendedor a través de un servicio de mensajería, finalmente los videos son “un paquete más” que toma el director, un administrativo o, en el mejor de los casos, los docentes. Si llega a ellos, el uso es más frecuente; sin embargo no existe comunicación entre los materiales y los profesores, salvo que la curiosidad de alguno lo lleve a explorar el contenido, exploración que de por sí es tortuosa en las escuelas, dado que los equipos de audiovisuales no están siempre dispuestos y que exige a un profesor de básica primaria, que tiene muy poco tiempo en su jornada laboral, un esfuerzo extra de tomar tiempo para ver físicamente los ejercicios sin ninguna orientación que lo anime.

El reporte de uso tan reducido (12 instituciones de las 500 posibles) exige que se reconsideren las estrategias de distribución para que las inversiones que ha hecho la sociedad tanto en dinero como en esfuerzos institucionales y personales tengan la rentabilidad que requiere un proyecto de las magnitudes y calidades de *Las Claves del Atillo*. Los compradores han sido escuelas estatales lo cual puede orientar la estrategia: de una parte, cómo introducir el producto en instituciones escolares de carácter privado a través de un mercadeo especializado acompañado material publicitario, de demostraciones del producto y, posiblemente de talleres de introducción al potencial de los materiales y a posibles formas de uso en contextos escolares. Quizá deba pensarse también el valor de los materiales para que sea distribuido masivamente entre las escuelas del Distrito.

Con relación a la circulación por televisión debe reconocerse la desventaja que está el IDEP frente a la programadora de Canal Capital, pues se depende de las variaciones que tenga la Franja en la que se ponen a circular *Las Claves del Atillo* y, seguramente, estas decisiones obedecen a asuntos de carácter más estructural dentro del Canal. Se hace necesario buscar una acción más articulada entre los dos Organismos Distritales para que la cooperación que se requiere para sacar adelante una política de televisión pública que, guardando los rasgos propios de la televisión, asuma compromisos educativos, pueda contar con los mecanismos de coordinación interinstitucional eficaces que hagan posible la circulación de productos como el que nos ocupa.

Los usos que se pueden observar en los contextos escolares develan las diversas posiciones de los profesores frente a los audiovisuales y, en general a los materiales educativos. Con el agravante de llegar expósitos a la escuela, los materiales se introducen como “otro” material pedagógico que está al alcance de los maestros. Los usos, autónomos o hechos por solicitud del equipo de investigación muestran que el material tiene diversidad de formas de ser puesto en escena: desde aquellas que se dejan fluir varios ejercicios seguidos, a la manera del flujo televisivo y que terminan por cansar a los niños porque “las canciones se repiten mucho”, hasta los que insertan la presentación buscando apoyar un claro trabajo pedagógico orientado por el logro de unos propósitos.

Las relaciones de los profesores con los audiovisuales siempre ha sido esquivas y ambivalentes, hecho que permite ver cómo se asocian los usos con las actitudes de los profesores, con sus tradiciones pedagógicas y con los proyectos escolares. Aquellos profesores cuyo proyecto está centrado en el logro de competencias se mostraron y en cuya escuela se ha desarrollado un

trabajo sistemático para el mejoramiento del logro de los niños desde perspectivas disciplinares se mostraron mucho más creativos y recursivos en los usos que daban a los videos. Tanto la ubicación que hacen a los niños, como las actividades que siguen al visionado de un ejercicio, incluidas opciones de volver a ver el ejercicio dejan claro que el supuesto de poner a circular un producto cultural en los contextos escolares sin acompañarlo de procesos de apropiación, puede ser una pésima inversión.

El IDEP ha sido líder con su propuesta de aproximar los campos de comunicación y educación. En consecuencia, estas primeras experiencias deben incorporar un fuerte componente de formación del profesorado, sin el cual, la política puede resultar inocua. Esta es una maravillosa oportunidad de consolidar un campo de formación del profesorado en la incorporación de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación a la escuela. La SED, las universidades y las instituciones educativas pueden incorporar en sus planes de formación del profesorado esta línea y el IDEP puede proveer los materiales que sirvan para experimentar.

La recepción quizá fue la dimensión que permitió escudriñar mejor el material y su potencial: los niños mostraron gran riqueza de lectura mediática y de comprensión de las intencionalidades, hecho que permite afirmar que los materiales tienen pertinencia para apoyar los procesos de desarrollo de competencias comunicativas y matemáticas.

Se pudo identificar que los niños más pequeños (primer grado) centraron mucho más su atención en las imágenes tanto visuales como sonoras: canciones, actores y actuaciones y en sus caracterizaciones: “chistosos”, “aburridos”, “bobos”, etc. Los niños mayores tendieron a armonizar las imágenes con la intencionalidad pedagógica y los mensajes temáticos. La recepción observada se asocia con el espíritu del proyecto en cuanto existe una jerarquización y secuenciación de los ejercicios en términos de complejidad curricular.

Además de la variable edad-grado de los niños, la variable profesor, observada a través de su actuación, del dominio temático, de su proyecto pedagógico y del uso de audiovisuales constituye un factor decisivo a la hora de explorar la recepción que los niños hacen desde la perspectiva del contenido disciplinar, de las nociones que se exponen en los videos. La contextualización en una dinámica de aprendizaje específica planeada y desarrollada por el profesor apoyado en los materiales, conduce a que los niños vayan más allá de expresar su gusto o disgusto por las imágenes, internándose en las intencionalidades pedagógicas de los materiales, avanzando a la identificación de los temas y, en algunos casos, llegando a identificar las nociones tal como se plantean en los ejercicios.

La variable proyecto institucional fue también importante a la hora de identificar diferencias en la recepción: los niños cuya institución tiene alguna familiaridad como los audiovisuales y los que pertenecen a una escuela con proyecto centrado en competencias mostraron diferencias en su recepción frente a los niños cuya institución no manifestó ningún proyecto definido. Quienes se inscriben en proyectos orientados desde competencias logran una recepción más fina acerca de las nociones que presentan los videos.

Estos hallazgos confirman la recomendación hecha arriba, acerca de la necesidad de impulsar desde el IDEP una línea de formación del profesorado en el campo comunicación-educación,

aunando esfuerzos con otras instituciones de la ciudad que orientan las políticas y realizan la oferta de formación.

El IDEP sigue siendo pionero en la propuesta de articular dos mundos que parecen distantes y que se reclaman mutuamente, aunque se recelan e instrumentalizan. Promover experiencias de producción conjunta, crear una política sólida de circulación y apropiación de los productos culturales y participar activamente en procesos de formación del profesorado parecen tres líneas de acción que deben fortalecerse, como aprendizaje de esta experiencia.

Es deseable que el Estado siga asumiendo la responsabilidad de impulsar la producción de materiales que apoyen los esfuerzos que se vienen haciendo para mejorar la calidad de la educación. En este sentido, es claro que esta línea de acción debe ser considerada como parte de las políticas públicas (en este caso de la ciudad a través del IDEP) y como tal, los materiales deben ser pensados para el servicio de la comunidad educativa local, con la posibilidad de ser ampliado su uso a otros contextos del país o de América Latina, lo cual implica una lógica de comercialización distinta al consumo local. Considerar los materiales educativos como “bienes públicos” que deben llegar a todos, sobre todo a los más débiles, marca horizontes a la hora de considerar su costo económico y su beneficio social.

La continuidad de estos programas implica en primera instancia que puedan proveerse los recursos para que los materiales lleguen efectivamente a los destinatarios; así mismo, que se diseñen los mecanismos para la formación de los profesores de manera tal que estimulen los usos autónomos. Además de la entrega personal de los materiales a través de talleres u otros mecanismos, se propone crear una línea de proyectos que estimulen los usos en las escuelas a través de convocatorias para innovación o investigación, concursos para publicar experiencias en *Aula Urbana*, encuentros de “usuarios de medios”, cursos de formación en el campo de comunicación-educación u otros mecanismos que permitan una sinergia entre los tres grandes ejes de acción del IDEP: investigación, innovación, formación.

De otra parte, la creación de nuevos programas debe involucrar al máximo a los agentes educativos. Se sugiere que cada proyecto tenga una etapa de conceptualización previa en la que participen maestros, padres, niños, pedagogos y agentes mediáticos, poniendo gran atención a los creadores de productos culturales orientados a las diversas audiencias (por ejemplo, las ideas de una persona como Jairo Aníbal Niño si se trata de pensar algún género narrativo orientado a audiencias infantiles, puede ser de gran ayuda). Esta etapa, que bien podría denominarse de “participación ciudadana” no requiere de costos especiales, sino de una capacidad de convocatoria que el IDEP bien ha ganado en la ciudad.

Una segunda etapa, en la que equipos más especializados puedan apropiarse de las orientaciones que da la ciudadanía, seguramente puede desarrollar los productos con altísima calidad, siempre y cuando no olvide sus nexos con los ciudadanos y con las audiencias. Así pues, una segunda etapa de *Claves del Atillo* seguramente incorporará a otros agentes, desarrollará otros procesos, buscará articular la vida con la intención pedagógica variando escenarios, actores, acciones y mensajes de manera tal que los lugares de aprendizaje dejen de ser una altillo-aula, los niños sean considerados sujetos de saber que entran en diálogo intergeneracional con los adultos, las relaciones entre los personajes puedan ser fecundas para ambos lados (que todos aprendamos) y las posibilidades estético-lúdicas de los medios puedan ser explotadas en toda su riqueza

semiótica a favor del mejoramiento efectivo de la educación de todos los niños de la ciudad y no solo de aquellos que puedan comprar un producto que es inalcanzable para la gran mayoría de familias bogotanas.

Con relación a las copias de los videos que existen en este momento en depósito, se sugiere entrar en negociación con la *Cooperativa Editorial Magisterio*, para que con el apoyo pedagógico del IDEP y la difusión a través de diversas actividades, puedan ser distribuidos en las escuelas de la ciudad. Otras posibles alternativas para ampliar la circulación de los videos pueden ser, articularlos con las casi 100 escuelas distritales que hicieron parte del *Programa de Nivelación para la Excelencia* de la Secretaría de Educación del Distrito, en las que se priorizó un trabajo de asesoría y acompañamiento en las áreas básicas de Lenguaje y Matemáticas. También, establecer contactos con las redes de maestros que vienen trabajando la formación y la actualización en ambas áreas y que realizaron este año eventos de formación a nivel distrital.

