

TITULO : Seguimiento y Evaluación de la publicación *Magazín Aula Urbana*

TEMA: Comunicación Educativa – Periodismo científico

INVESTIGADOR PROGRAMA RED UNIVERSIDAD NACIONAL

José Gregorio Rodríguez, investigador principal

Auxiliares de investigación: Alexander Sierra R. y Daniel Ruiz

Asesor: Germán Rey.

NUMERO DE CONTRATO:

CIUDAD Y FECHA Bogotá, Noviembre de 2001

UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Archivo Técnico IDEP

NUMERO DE PAGINAS

DESCRIPCIÓN

El Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico de Bogotá, Distrito Capital -IDEP- es una entidad del orden Distrital cuya misión es procurar el mejoramiento cualitativo de la educación del Distrito Capital a través del auspicio de la investigación y las innovaciones educativas, el fomento de la producción de material educativo y la promoción y evaluación de la oferta de capacitación para docentes con el propósito de brindar una educación de mejor calidad a los habitantes de la capital.

En el marco de la exploración de alternativas educativas que incidan directamente en la ampliación de la cobertura, el aumento de la retención y mejoren la equidad y la calidad, se considera como prioritario “diseñar, producir, proporcionar y evaluar textos, documentos, periódicos, material audiovisual y ayudas educativas didácticas”. Por ello, **el Proyecto de Comunicación Educativa en los años 1999-2000**, ha llevado a cabo la producción, edición y distribución del *Magazín Aula Urbana* con destino a los docentes del Distrito Capital.

El *Magazín Aula Urbana* se originó como una alternativa para difundir el conocimiento con un medio ágil, de amplia cobertura y de reconocida calidad. Es un medio de comunicación pedagógico, a través del cual se difunden las diversas experiencias de los maestros en la escuela, apoya la divulgación de los proyectos de investigación, innovación y comunicación educativa, tanto del IDEP, como de sus instituciones asociadas y de otras entidades educativas.

El *Magazín* – cuya publicación hasta el mes de octubre de 2001 alcanza el número 31 – se edita con un tiraje de treinta mil (30.000) ejemplares, la distribución actual es de 27.500 ejemplares para los docentes de los establecimientos oficiales de Bogotá; se envían 2.000 ejemplares a instituciones oficiales del orden local, regional y nacional así como a centros de investigación, universidades, organizaciones no gubernamentales y

otras agremiaciones asociadas al quehacer educativo. En la actualidad se dejan en el IDEP 500 ejemplares de cada edición para distribución interna, para los eventos que tienen lugar en el Instituto y para enviar a congresos y seminarios tanto dentro como fuera de la ciudad.

El Magazín *Aula Urbana* en su diseño y contenido tiene como objetivo la socialización de las experiencias cotidianas en la práctica pedagógica, la difusión de los resultados de las investigaciones y de las innovaciones educativas desarrolladas por el Instituto o por otras entidades, el estímulo de la relación entre los miembros de la comunidad educativa en general. De esta forma *Aula Urbana* se propone servir como medio de integración y de diálogo entre la comunidad educativa, de tribuna del pensamiento, de sitio de difusión de saberes, de conocimientos y de intereses.

SINTESIS

El estudio tuvo el propósito de realizar el diseño y la ejecución de una evaluación y seguimiento de uso del Magazín *Aula Urbana* de la edición No. 1 a la 29 y de las separatas que circulan como inserto apuntando a lograr los siguientes objetivos:

- Identificar y cuantificar los usuarios a los que llega el Magazín.
- Identificar la efectividad y oportunidad de los canales de distribución.
- Identificar y caracterizar las instituciones y personas que reciben el Magazín.
- Caracterizar las formas de uso del Magazín en los contextos escolares identificando los propósitos con los que se utilizan, las actividades que se llevan a cabo, su utilidad y adecuación para propósitos educativos.
- Caracterizar la recepción que se hace del Magazín identificando los significados de las temáticas propuestas los profesores, su apropiación, y su transferencia al trabajo pedagógico.
- Caracterizar la recepción del Magazín en los estudiantes de instituciones del Distrito Capital y otras audiencias y establecer coincidencias y diferencias con la recepción que hacen los profesores.

Comunicación y educación han sido consideradas dos caras de una misma moneda; sin embargo, los debates actuales sobre las relaciones entre ellas y los estudios que avanzan en el campo de intersecciones que configura hablar de comunicación educativa (Huergo: 2000) lleva siempre al interrogante por las relaciones entre los medios masivos y las tareas educadoras de la sociedad. En este contexto, diversos organismos del Estado y de otras organizaciones sociales asumen con frecuencia la producción de materiales que puedan apoyar de diversas formas el compromiso de las instituciones y agentes educativos, especialmente las escuelas y los profesores.

En este contexto, surgen algunas preguntas que orientaron el estudio: ¿Cuáles son las lógicas y dinámicas de producción del Magazín? ¿Cómo y entre quiénes circula? ¿Qué usos puede tener en los contextos escolares? ¿Cómo lo reciben las diversas audiencias? ¿Qué propuestas surgen de los lectores para realizar cambios?

El horizonte teórico se inscribe en la perspectiva de los estudios sobre el campo de las relaciones entre la educación y los medios de comunicación, perspectiva desde la cual elabora una caracterización del periodismo cultural, educativo e institucional, para culminar con un esbozo del sentido de *Aula Urbana* y su estructura temática y editorial.

La consideración sobre la postura teórico-metodológica que adopta el equipo de investigación enmarca la propuesta sobre las dimensiones del estudio, los procedimientos, el universo, la población, la muestra, las fuentes de información, los instrumentos y los procesos de análisis e interpretación de la información.

La metodología

El seguimiento al Magazín *Aula Urbana* propuesto por el programa RED, no se sustenta en una concepción de la evaluación en la que los juicios valorativos se instauren como resultados. Por el contrario, el espíritu del estudio se orienta a la necesidad de documentar la vida del proyecto editorial del IDEP desde la *Cultura Material* del proceso de producción, que se traducen en el Magazín mismo, y propiciar un re-conocimiento entre quienes como institución pública realizan un ejercicio de escritura y circulación de un bien cultural, y la aprehensión propia de los usuarios.

Se trata pues, de generar una relación comunicativa a propósito de un medio que la hace posible buscando, a la manera del arqueólogo, las huellas que van dejando las personas que asumen los procesos de producción, las rutas y senderos que sigue la circulación y las nuevas marcas que van plasmando los lectores y usuarios del Magazín. El equipo de investigación prefiere el camino de exploración y la descripción al de la valoración; por ello, sus estrategias devienen de la etnografía, la investigación documental y la arqueología y no de los enfoques sistémicos proceso-producto.

Los métodos cuantitativos hacen posible estimar la efectividad de la distribución del Magazín, el potencial efectivo de lectores, sus características y las diversas posiciones que los docentes del Distrito Capital manifiestan frente a *Aula Urbana*; los métodos cualitativos permiten un acercamiento que permite explorar la recepción y los usos que los lectores hacen del Magazín en los contextos escolares.

El estudio centró su atención en cuatro momentos de la vida del Magazín, los que constituyen, a su vez, cuatro dimensiones de estudio: la producción, en cuanto proceso y en cuanto producto; la circulación que se da entre el IDEP y las instituciones y las rutas y senderos que la publicación sigue al interior de dichas instituciones; los usos que dan los destinatarios, poniendo especial énfasis en los usos pedagógicos que los profesores dan al Magazín y; la recepción que los diferentes destinatarios tienen del Magazín en cuanto producto cultural.

El estudio se llevó a cabo a través de seis estrategias:

- a. Un seguimiento al proceso de producción actual y una búsqueda documental o de memorias de quienes participaron en diversos momentos representativos

- de la vida del Magazín con el propósito de hacer explícitos los procesos de producción.
- b. El análisis de los 29 números y un inserto que constituían el objeto del estudio para caracterizar los productos.
 - c. Un encuestamiento múltiple, así:
 - A las instituciones escolares del Distrito Capital a las que se les envía el Magazín para identificar la efectividad de la distribución, explorar las rutas y senderos que *Aula Urbana* sigue al interior de la Institución y hacer una primera aproximación a los usos.
 - A profesores de las instituciones escolares de la muestra para cuantificar y caracterizar a los lectores, indagar por la efectividad y oportunidad de la entrega y explorar sus opiniones sobre la publicación.
 - A todos los lectores, a través de un cuestionario que se incluyó en el número 27 con el propósito de caracterizar a los lectores, indagar por la entrega y explorar opiniones.
 - A las instituciones y personas que reciben el Magazín y no son parte de instituciones escolares del Distrito Capital.
 - d. Entrevistas con los profesores que informaron que lo usaban y con quienes aceptaron que los investigadores observaran formas de uso en contextos escolares con el propósito de caracterizar formas de uso y recepción.
 - e. La observación *in situ* para documentar diversas formas de uso del Magazín con algún propósito educativo, identificando los contextos en los que se inserta, los propósitos con los que se utiliza, los usuarios y las actividades que se llevan a cabo.
 - f. Un grupo focal con expertos en diversos aspectos del periodismo con el propósito de establecer opiniones y recomendaciones acerca del sentido, el diseño, la diagramación, el contenido, la ilustración, etc.

Los destinatarios, lectores y usuarios del Magazín constituyen el segundo universo que ha sido explorado en el estudio. Se tomó como población a las instituciones y personas a las cuales se envía el Magazín. Se partió de los listados de instituciones que el IDEP entrega a las empresas distribuidoras, constituyendo estas listas la población y, por consecuencia, el marco muestral. Para la recolección de la información se diseñaron cuatro cuestionarios estructurados, una guía de entrevista estructurada, una guía de observación etnográfica, una guía de entrevista focalizada y una guía para la discusión del grupo focal.

Se realizó un análisis de la información de dos clases: cuantitativo y cualitativo: El primero sobre la información codificada de los cuestionarios fue debidamente registrado en medio magnético y su captura se llevó a cabo a través de hojas de cálculo; posteriormente se analizó utilizando el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS). Se buscaron frecuencias y tendencias y, luego de un análisis riguroso de múltiples variables se verificaron posibles asociaciones para identificar regularidades y diferencias entre grupos. La información cualitativa fue transcrita y se llevaron a cabo análisis empleando el programa Leximappe especializado en manejo cualitativo de datos.

FUENTES TEORICAS

HOYOS, Andrés (2001). Cinco Años a bordo del Malpensante, revista el Malpensante No 34 noviembre-diciembre.

REY, Germán (2000). El encuentro de los Icebergs. En *Seguimiento y evaluación de la Caja de Herramientas Vida de Maestro*. Universidad Nacional de Colombia, Programa RED.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la vida del Magazín *Aula Urbana* desde su nacimiento en 1997, se pueden identificar tres momentos: El primero el surgimiento y consolidación de la propuesta, que va desde las gestiones antecedentes que el IDEP dio para crear una publicación que circulara entre los 27.000 profesores estatales de la ciudad y el número 7. Esta primera etapa se caracteriza por decantar sentidos, organizar actividades y fijar los lineamientos tanto de contenido como de forma que marcaran el derrotero del Magazín.

El segundo momento que identificado se extiende desde el número 8 hasta el 19 y se caracteriza por articularse con el proyecto del IDEP en los años de 1999 y 2000: Vida de Maestro. El Magazín asume un papel activo en la presentación, difusión y análisis de la política de comunicación-educación que el Instituto impulsa. El tercero, desde el número 19 hasta el 29 caracteriza al Magazín por su apertura a temas diversos, por su mayor versatilidad en su formato y presentación y por la concentración de la autoría de los artículos en colaboradores vinculados con el IDEP.

La circulación

La circulación de un producto cultural como el Magazín se lleva a cabo por diversos canales y rutas. De una parte, el IDEP como institución que lo produce se encarga de hacerlo llegar a las escuelas del Distrito Capital, a instituciones de educación superior, organizaciones de carácter educativo o vinculadas con el mundo educativo. Una vez la publicación llega a estas instituciones son ellas quienes se encargan de hacerlo llegar a sus destinatarios finales: los lectores.

El Magazín se hace llegar a 27500 destinatarios de 1409 jornadas escolares distribuidas en 20 localidades de la ciudad, de igual forma se hace llegar a otros destinatarios en 848 puntos donde se distribuyen cerca de 2500 ejemplares. El 18% de los Magazines de esta población se envían a Investigadores e Innovadores que desde el año de 1997 han colaborado con la publicación. Se envían, así mismo, 245 ejemplares a 28 Facultades de Educación y 165 a 33 Secretarías de Educación Departamentales.

El 93% de las instituciones escolares y el 92% de los docentes encuestados manifiestan recibir el Magazín con regularidad, hecho que indica un nivel de entrega amplio. Quienes informaron no recibirlo adujeron razones tales como “no enterarse”, “no llega la cantidad suficiente” o “no llega a la institución”.

El 60% de los encuestados informó que el Magazín se distribuye en las instituciones casi de inmediato. Sin embargo, el 40% restante manifiesta algunas demoras que van desde 2 o 3 días hasta más de una semana. Una vez, dentro de ellas, el 95% afirma que los docentes y directivos tienen acceso al Magazín, el 51% que los administrativos tienen acceso, pero solo un 29% informa que los estudiantes tienen acceso y un 13% que pueden acceder los padres u otros miembros de la comunidad.

Usos del Magazín

Los Usos de un producto cultural como *Aula Urbana* no sólo se limitan a la lectura del Magazín por parte de los destinatarios de manera individual y aislada (aunque sea una forma de uso). De esta forma, el equipo investigador diferencia el *Uso* como tal del *Uso Social* del Magazín, ya que esta última categoría abre paso a todas las diferentes prácticas que convoquen o impliquen el trabajo mancomunado y comunitario de un elemento. Del total de los 683 destinatarios de contextos escolares encuestados, el 80 % declaró usar el Magazín en clases u otras actividades con los estudiantes y/o en discusiones con su colegas, mientras que el 9 % aseguró no emplearlo; del 11 % restante no se obtuvo información. Los ámbitos de uso del Magazín según los encuestados son:

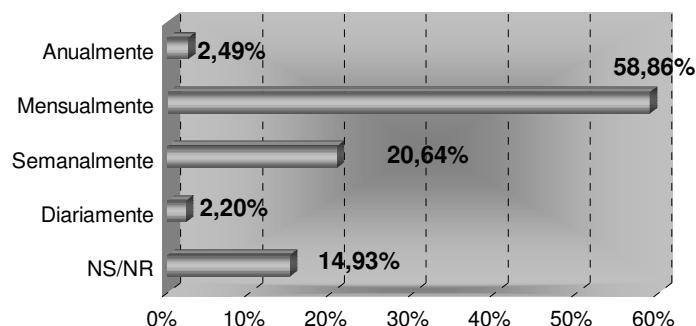
Usos del Magazín

Jornadas pedagógicas	45.2%
Clases con los estudiantes	52.5%
Discusiones entre los profesores	65.7%

El 86.23% de los destinatarios de instituciones escolares guarda el Magazín después de su lectura, de ellos el 39.51% lo colecciona y el 46.72% lo conserva por algún tiempo. La frecuencia de uso del Magazín está ligada directamente con la periodicidad en su entrega, es así que el 58.86% declara usarlo mensualmente, triplicando así a quienes dicen usarlo semanalmente. El gráfico 4.2 ilustra la frecuencia de uso.

En el análisis estadístico sobresale la alta asociación que existe entre el uso del

Frecuencia de Uso del Magazín

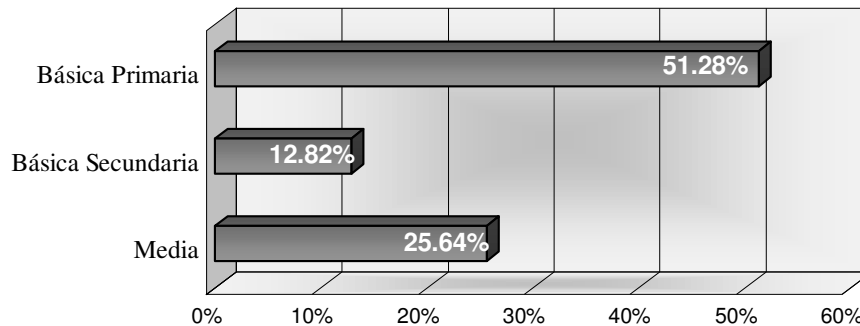


Magazín en clases y otros aspectos como:

- El acceso a la publicación: el 84% de quienes lo usan declaran que los estudiantes tienen acceso al Magazín.
- El 73.3% de quienes lo usan en clases, también lo aprovechan en jornadas pedagógicas.
- Aprovechamiento: el 35.3% de quienes lo usan en clase consideran que lo aprovechan totalmente y el 58.8% lo aprovechan de manera aceptable.

Los maestros emplean el Magazín esencialmente en dos grupos: 64.1% con los estudiantes en sus clases y el 35.8% con sus demás compañeros docentes. Muchos de los docentes que emplean el Magazín en clases lo hacen con diferentes grados, sin embargo, al discriminar la información por niveles se obtuvieron los siguientes resultados:

¿Con Quién Usa el Magazín?



El Magazín se emplea por los docentes con diferentes propósitos, a saber:

Para qué usa el Magazín

Formación personal	35.90%
Con los estudiantes en temas de lecto-escritura	30.77%
En discusiones con los maestros	28.21%
Para trabajar temas relacionados con los contenidos de las áreas	12.82%
Para que los estudiantes conozcan un periódico	10.26%
Para innovar en clases	10.26%
Para el desarrollo del PEI	7.69%
En discusiones con los estudiantes	2.56%

Los maestros se acercan a Aula Urbana ante todo con una intención, llamémosla, autoformadora. Sin embargo, terminan apropiándose para emplearlo como apoyo didáctico en sus clases, pese a que la publicación no tiene esa intencionalidad. En este ámbito del uso con los estudiantes, el Magazín se convierte en un vehículo de información, bien sea a través de las discusiones de sus contenidos con los estudiantes (el 2.56% de los profesores reportan este uso) o simplemente dando a conocer el propio Magazín para que estos se familiaricen con el material, tal y como lo hace el 10.26% de los maestros.

La dimensión de empleo del Magazín en las clases quizá sea la más significativa ya que los profesores desarrollan su propia iniciativa para trabajar *Aula Urbana* en sus asignaturas a través de la adecuación de los medios, es decir, los artículos, para los fines de sus clases. En cuanto áreas, el uso más sobresaliente tiene que ver con Lenguaje y con actividades alrededor de la lectura y la escritura, tal y como lo evidencia el 30.77% de los maestros que lo emplean para este fin. Otro modo de empleo corresponde al trabajo con artículos que contengan temas específicos de asignaturas como ciencias, informática o sociales. En tal sentido es que el 12.82% de los maestros reportan el uso del Magazín para desarrollar contenidos particulares de las áreas a cargo.

Sin lugar a dudas es el empleo del Magazín en las clases el aspecto que más sobresale pues, sin ser esta una publicación con una explícita intencionalidad de material didáctico, termina convirtiéndose en parte de toda esa amplia gama de materiales y recursos que emplean los profesores para dinamizar sus clases. Para ello se privilegian ciertos contenidos, como los cuentos, los cuales se prestan con facilidad para desarrollar actividades alrededor de la lectoescritura; sin embargo existe un trabajo intelectual de los docentes para insertar otros aspectos del Magazín al contenido de sus áreas y adecuar otro tipo de artículos al logro de objetivos específicos.

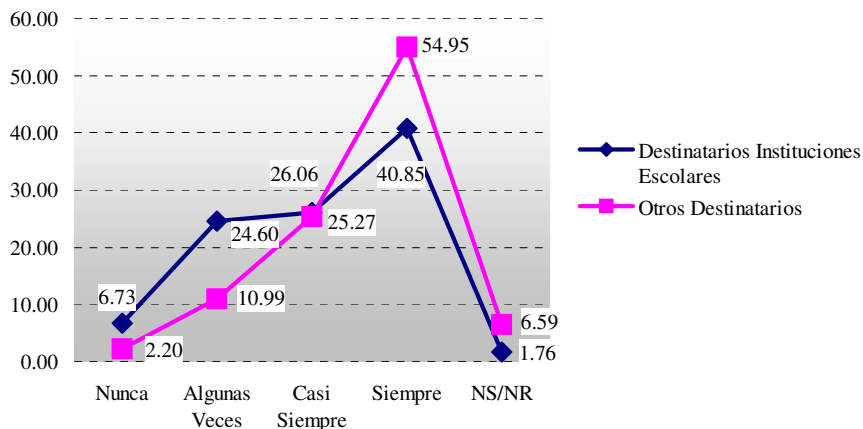
Recepción

Como afirma Germán Rey en su texto *El Encuentro de los Icebergs*, en el marco del estudio de “*Seguimiento y evaluación de la Caja de Herramientas Vida de Maestro*” que el Programa RED realizó el año 2000 para el IDEP, “los estudios de la recepción son uno de los campos más sugerentes del análisis de los medios de comunicación. Se refieren especialmente a las relaciones que se establecen entre los receptores y los productos mediáticos. Relaciones activas, orientadas por movimientos de cooperación y de actualización de los textos y en las que están involucradas desde las dimensiones cognitivas y emocionales del ser humano hasta los horizontes sociales y culturales del texto y de sus intérpretes. No hay pasividad en los vínculos sino dinamismos, competencias comunicativas en juego, atención selectiva, comportamientos de resignificación, mediaciones de muy diverso orden” (Rey, 2000).

Para explorar y caracterizar la recepción que los destinatarios tienen del Magazín se siguió el doble carácter cuantitativo-cualitativo del estudio: una vez identificados los destinatarios al interior de las instituciones se procedió a encuestarlos diligenciando un

cuestionario estructurado tipo cédula, en el cual el encuestador consignaba la información reportada por el encuestado. Procesada la información cuantitativa de 683 personas de las instituciones escolares y 101 de “otros destinatarios” se procedió profundizar la información suministrada por los destinatarios de instituciones escolares que reportaron usos del Magazín, proceso que se realizó a través de entrevista telefónica.

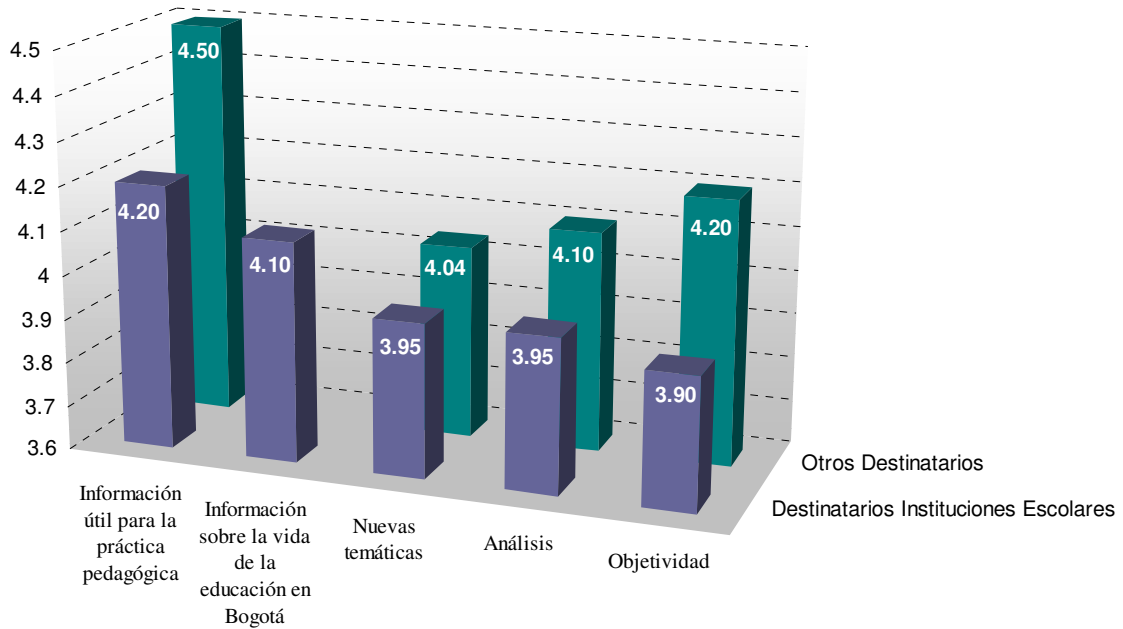
Lectura del Magazín Destinatarios de instituciones escolares y “otros destinatarios”



Se indagó por la valoración que los lectores hacen del Magazín en cinco aspectos y sus opiniones, en una escala de 1 a 5 se distribuyen como sigue. En cuatro aspectos puede compararse la opinión de los destinatarios de instituciones escolares con las de “otros destinatarios”. Aunque las puntuaciones de los “otros destinatarios” tendieron a ser más altas y su opinión más homogénea, los dos grupos coinciden en afirmar que el Magazín aporta elementos útiles para la práctica pedagógica. La objetividad y el análisis son también valorados, considerando que, en general, el Magazín no presenta novedad en sus temáticas. Así mismo, debe destacarse la alta valoración que los destinatarios de las instituciones escolares dan al aporte que *Aula Urbana* hace informando sobre la vida de la educación en Bogotá.

Valoración de aspectos de contenido del Magazín

Destinatarios de instituciones escolares y “otros destinatarios”



Se escogieron algunas secciones del Magazín para indagar por su aceptación. A los destinatarios de las instituciones escolares se les solicitó indicar cuál de las secciones de una lista era la que más le gustaba. Se encontró que las experiencias e innovaciones pedagógicas son las que captan el 71% de la opinión de los encuestados, seguida, muy de lejos (16%) por las secciones de investigación.

Secciones que más le gustan a los destinatarios de instituciones escolares

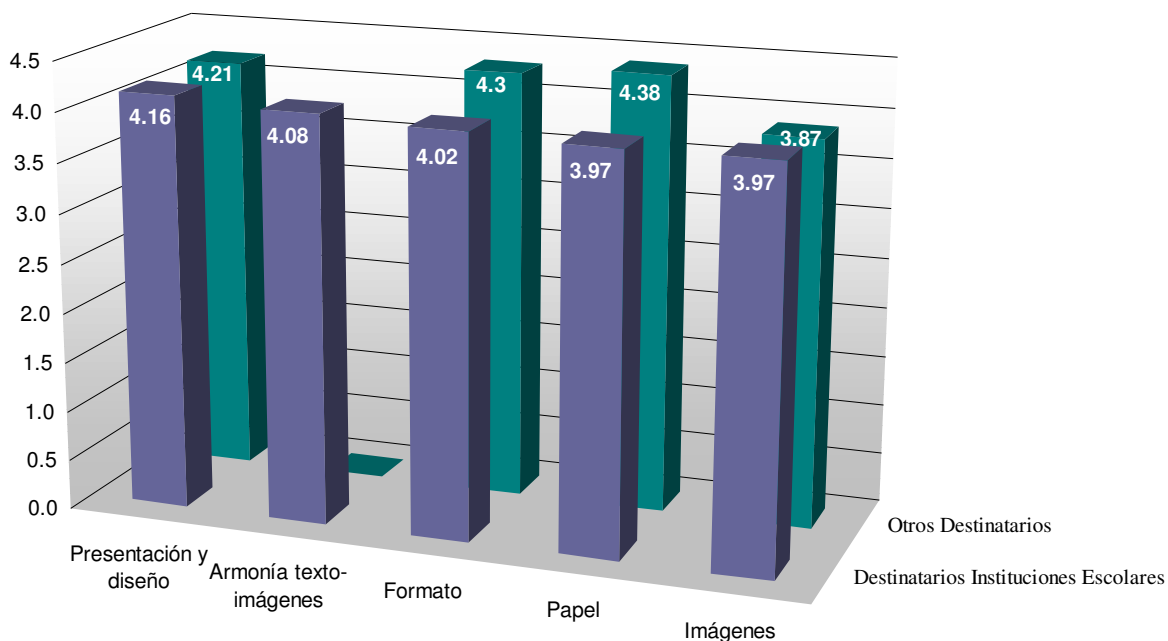


A los “otros destinatarios” se les pidió que valoraran de 1 a 5 las secciones del Magazín y, aunque se variaron algunas de las secciones, se mantuvieron otras. Se obtuvo la siguiente información:

Aspectos formales

También se solicitó a los destinatarios que valoraran aspectos formales del Magazín, en una escala de 1 a 5, encontrando que los destinatarios de las instituciones escolares tendieron a dar puntuaciones más bajas que los “otros destinatarios”, con excepción de ‘calidad de las imágenes’, aspecto en el cual estuvieron muy próximos, siendo más críticos los “otros destinatarios”. A los destinatarios de instituciones escolares se les solicitó, además, valorar la armonía entre texto e imágenes, aspecto que no se indagó en la otra población.

**Valoración de los aspectos formales del Magazín
Destinatarios de instituciones escolares y “otros destinatarios”**



Temáticas propuestas

Tanto los destinatarios de las instituciones escolares como los “otros destinatarios” coincidieron en sus intereses por las temáticas que quisieran encontrar en el Magazín: el primer lugar lo ocupa la divulgación de investigaciones e innovaciones educativas, seguido de las reflexiones de carácter pedagógico. Es interesante que en tercer lugar, los destinatarios de instituciones escolares ubican en tercer lugar de preferencia las orientaciones prácticas para el desempeño profesional, mientras los “otros

destinatarios” ubican las reseñas de libros, revistas, películas y software educativo. Los textos literarios aparecen en la última opción en los dos grupos.

En este aspecto, los encuestados manifiestan consistencia, por cuanto los aspectos más valorados, tanto en el contenido como en las secciones se relaciona con la función que ellos asignan al Magazín como medio de comunicación que permite descubrir la riqueza de la práctica pedagógica en la ciudad a través de las innovaciones, las investigaciones y las reflexiones que el Magazín presenta. La identidad de *Aula Urbana* es clara para los lectores y, por sus recomendaciones, éste es un aspecto fuerte que debe continuar marcando su futuro.

Conclusiones

Las intersecciones entre las lógicas de producción y de consumo, las intenciones institucionales y las resignificaciones de los maestros, permiten elaborar un perfil (siempre provisional) de una propuesta comunicativa y pedagógica como la de *Aula Urbana*. He aquí algunos de estos aspectos:

Un texto educativo: *Aula Urbana* es, sin duda, un material que está claramente identificado por sus calidades educativas. Hay una convergencia –como ya se ha afirmado antes- entre los objetivos de los productores y la recepción de sus lectores. Es además un material con dos sentidos educativos fundamentales: la autoformación y el interés por conocer la oferta educativa de la ciudad a la que pueden tener acceso los maestros.

Lugar para compartir experiencias: todo los datos recogidos en el estudio muestran que *Aula Urbana* es apreciada en la medida en que expone experiencias de otros maestros y especialmente experiencias de innovación. Se trata de experiencias accesibles, con las cuales se identifican los maestros, replicables y construidas en las mismas condiciones en que habitualmente cualquier educador del sector público trabaja.

Oportunidad para la conversación: el material cumple una función muy interesante: pone en contacto a los maestros a través de los temas que plantea, de las sugerencias que abre. Y de alguna manera – aunque más restringida- establece conexiones entre aquellos y los alumnos.

Capacidad de refuncionalización: los datos obtenidos a través de los diversos instrumentos aplicados demuestran la capacidad de los maestros para resignificar el propio material, al utilizarlo en el aula de clase en actividades para las cuales específicamente no está diseñado.

Visibilidad de la escuela, presencia de los maestros: *Aula Urbana* es claramente un Magazín producido desde una institución educativa hacia los maestros. No se puede afirmar, sin embargo, que los maestros sean invisibles. Todo lo contrario. Los maestros y su quehacer están activamente representados en los textos que se difunden en el Magazín; sin embargo, es preciso pensar formas más directas de participación de los docentes.

La primacía cognitiva: en general, los textos escritos han estado vinculados con la hegemonía cognitiva. El Magazín tiene un fuerte contenido formal y académico apenas matizado por trazos de memoria o relatos literarios.

Mirada cerrada a la escuela: *Aula Urbana* ha definido con claridad sus territorios. Habla de la escuela desde la escuela, aunque establece algunas conexiones con sus áreas colindantes, siempre determinadas por los objetivos pedagógicos. Uno de los objetivos iniciales, el de relacionarse más dinámicamente con la ciudad, apenas se ve cumplido a través de la historia de la publicación.

Así mismo, la actualidad se despliega sin demasiados referentes históricos y hay pocas vinculaciones entre la escuela y otras instituciones de la sociedad.

Los límites del debate: hay secciones explícitas en *Aula Urbana* destinada al debate. Aunque se trata de un debate parcial, en el que desde un lado (el de la institución) se plantean problemáticas, sin duda pertinentes, pero en el que no hay respuesta, no se establece una interlocución mucho más explícita y activa.

Un texto oscilante: la oscilación es una de las características del Magazín. Oscilación de orientación editorial, de secciones, de temática, de formato, de periodicidad. Y a pesar de los riesgos que significan estos cambios para la estabilidad de la publicación, los análisis de su recepción demuestran que los lectores reconocen adecuadamente el material y han construido unos usos coherentes con los objetivos comunicativos.

La institución presente: es difícil desligar los temas educativos de lo institucional. La escuela en sí misma es una de las instituciones más acendradas de la sociedad y el sistema educativo está marcado por la actuación de múltiples y variadas formas institucionales. El Magazín tiene una definición institucional que, sin embargo, no lo convierte en un típico material institucionalizado. Posiblemente influye que la entidad que lo produce está dedicada a la investigación, las innovaciones y la formación de los maestros. Es interesante observar que la investigación educativa, que aparece en el Magazín es estimada por los lectores, pero no ocupa los primeros lugares de la preferencia.

Algunas propuestas para el desarrollo de *Aula Urbana*

Tanto el análisis de usos y la encuesta de recepción, como la reunión de expertos, e instrumentos del estudio, ofrecen aportes para el desarrollo futuro de *Aula Urbana*.

Evitar cambios traumáticos

Una primera tendencia de los aportes es el reconocimiento de que *Aula Urbana*, a pesar de sus oscilaciones, ha construido un público que se identifica con el Magazín, que se ha reconocido en los objetivos comunicativos del proyecto y se ha ido apropiando del material. Todas las transformaciones que se propongan deben tener en cuenta esta importante realidad de partida. Sin embargo, es fundamental no someter el material a tantos cambios, darle permanencia en el tiempo y garantizar que los cambios en la dirección del IDEP no incidan en las modificaciones de *Aula Urbana*.

Definir una política editorial más consistente

Una publicación debe clarificar su política editorial, es decir, los grandes propósitos que se esperan del material, la naturaleza de la propuesta, los objetivos comunicativos y pedagógicos que desea obtener, los lectores a los que pretende llegar. La política editorial no es monolítica ni rígida pero tampoco puede ser exageradamente oscilante.

Lo primero formaliza excesivamente el material que se cierra en la tradición y evita los cambios y lo segundo genera percepciones de inestabilidad, problemas en la identificación de los lectores y volatilidad excesiva de los contenidos.

La política editorial debe ser el resultado de un diálogo entre los productores y los receptores y no simplemente, el fruto de una postura institucional que fluctúa de acuerdo a las orientaciones de las directivas del IDEP. *Aula Urbana* ya ha ganado espacios de expresión que se deben conservar y desarrollar, como los que se han enunciado a través de este análisis, como por ejemplo, la exposición de innovaciones, la divulgación oportuna de actividades educativas en Bogotá y las propuestas de experiencias pedagógicas. Se debe, así mismo, estar atento a una evaluación permanente de la coherencia entre política editorial y la política informativa del Magazín.

Trabajar sobre la estructura informativa

El cambio indiscriminado de secciones, el enfoque comunicativo de los textos y el lenguaje del Magazín, son temas en donde se pueden producir cambios favorables para el material y su utilidad educativa. Con relación a las secciones, es conveniente estudiar la posibilidad de dotarlas, por una parte, de mayor estabilidad y por otra, realizar en ellas algunas innovaciones que las hagan aún más ágiles y participativas. No se deben crear secciones de acuerdo a la disponibilidad del material sino, planificar la elaboración del Magazín de acuerdo a las determinaciones de la política editorial y las definiciones de la política informativa.

En cuanto al enfoque comunicativo sería interesante recuperar el aporte de los primeros números del Magazín, en que había un trabajo mayor sobre el lenguaje y el diseño, que poco a poco se fueron formalizando. Los expertos calificaron este cambio como facilitar más experimentación dentro del material.

Incidir en el diseño

La forma y el diseño no son los temas que mas preocupen a los maestros con relación a *Aula Urbana*. Y aunque hay una propuesta en el Magazín es obvio que se puede trabajar mucho en dotar de una identidad, aún mas propia, al material. Sin embargo, como lo señaló expresamente el diseñador de la revista El Malpensante, invitado a la reunión de expertos, un diseño debe obedecer siempre a la naturaleza de los contenidos, al proyecto comunicativo de la publicación.

Precisamente en el número 34, en que la revista El Malpensante cumplió 5 años, su director Andrés Hoyos, escribió lo siguiente:

“Los lectores notarán que hemos ido cambiando cosas en el diseño, sin estruendo, sin encarnizamiento, si saltos mortales: así nos gustan los cambios. Una revista tiene que tener una personalidad definida, so pena de naufragar en el maremagno del caos informativo, y las personalidades sólidas sólo dan saltos mortales cada segundo año bisiesto en el que el 29 de febrero cae en martes y hace sol. Quiero decir con esto que no los

prometemos para mañana como tampoco prometemos no intentarlos mañana” (Hoyos, 2001:10).

Un consejo sensato, en general, para cualquier publicación.

Ampliar la convocatoria

Un alto porcentaje de maestros señalan que deseen participar en la elaboración de *Aula Urbana*. Se podrían ir buscando paulatinamente estrategias que incorporen a los diferentes actores de la comunidad educativa a la realización del Magazín sea a través de secciones fijas, sea incorporando sus puntos de vista a la exposición de temas centrales de la publicación, como las experiencias de innovación o las presentaciones de investigación.

Aumentar la interacción

Se pueden buscar estrategias para promover la interacción de los lectores con el material. Concursos, buzones de lectores, actividades variadas, pueden ser un buen recurso.

Cumplir con la periodicidad y mejorar la circulación

Un aspecto central es programar adecuadamente los períodos de entrega del material y los mecanismos que faciliten que llegue con presteza a los maestros. Los encuestados también insisten en la necesidad de que *Aula Urbana* tenga mucha más publicidad, sea más conocido.