



### 5.3 UNA MIRADA RETROSPECTIVA A LOS PRODUCTOS MEDIÁTICOS DEL IDEP

JOSÉ GREGORIO RODRÍGUEZ

Programa RED

Universidad Nacional de Colombia

Correo electrónico: [jgrodri@bacata.usc.unal.edu.co](mailto:jgrodri@bacata.usc.unal.edu.co)

El Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico de Bogotá, Distrito Capital -IDEP- es una entidad del orden distrital que adelanta y promueve acciones de investigación educativa, formación de profesores y de innovación en las instituciones escolares con el propósito de lograr un mejoramiento cualitativo de la educación.

A partir del año de 1998, una de las políticas centrales del IDEP consistió en promover la articulación entre los campos de la educación y de la comunicación a través 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.

A continuación presentamos una mirada retrospectiva a algunos de estos proyectos en los cuales el Programa de Fortalecimiento de la Capacidad Científica en la Educación Básica y Media -RED- de la Universidad Nacional ha participado realizando estudios de exploración o de seguimiento. En orden cronológico, hemos adelantado cuatro estudios:

- Los audiovisuales de carácter educativo en Bogotá: un análisis de la oferta y el uso en las instituciones escolares (1999).
- Seguimiento y Evaluación de impacto de los materiales de la *Caja de Herramientas Vida de Maestro* para la Formación permanente de Docentes en Bogotá, D.C. (2000).
- Seguimiento y evaluación de la publicación *Magazín Aula Urbana* (2001).
- Seguimiento y evaluación de la emisión al aire y del uso de los ejercicios de Lenguaje y Matemáticas *Las Claves del Atrillo* (2001).



## Los audiovisuales de carácter educativo en Bogotá: un análisis de la oferta y el uso en las instituciones escolares (1999)

El estudio analizó la oferta de material audiovisual de carácter educativo existente en la ciudad, exploró la cultura de las instituciones escolares hacia los audiovisuales y el uso que los profesores hacen de estos materiales en sus aulas y formuló algunas propuestas orientadas a incrementar y cualificar el trabajo con audiovisuales en las escuelas y colegios de la ciudad.

El IDEP se proponía conocer qué entidades, organizaciones o empresas ofrecían materiales audiovisuales de carácter educativo a las instituciones escolares, cómo era la oferta (áreas, títulos, formatos, requisitos...) y caracterizar la cultura institucional hacia los audiovisuales a partir de una muestra de escuelas, identificando aspectos relacionados con los espacios destinados al trabajo audiovisual, los equipos existentes, los materiales, el acceso a los medios, y la gestión.

El estudio caracterizó la oferta identificando a las instituciones que ponen a disposición de las escuelas algún material audiovisual susceptible de ser utilizado con propósitos pedagógicos. De las 82 entidades oferentes contactadas, 61 respondieron una encuesta que permitió establecer los siguientes datos: 43 entidades no producen audiovisuales; las 18 restantes afirman hacerlo. Veinticuatro entidades son del Estado colombiano, 10 pertenecen a organismos internacionales o son entidades estatales de otros países y 27 son organizaciones de carácter privado.

A partir de la información suministrada por 39 instituciones y de los catálogos que nos brindaron las instituciones oferentes se realizó una caracterización de los materiales ofrecidos y se elaboró una base de datos. Esta base, con cerca de 12.000 títulos, se entregó a las instituciones escolares participantes en el estudio y el IDEP hizo una edición de 1200 copias en diskette (Access) con el propósito de apoyar el proceso de búsqueda y adquisición de audiovisuales que realizan los profesores.

La caracterización en el mundo escolar buscó identificar ciertas condiciones que permitieran hablar de una cultura institucional hacia los audiovisuales y exploró algunas formas de trabajo que los profesores realizan con los medios y materiales. Esta doble perspectiva de análisis basada en encuestas, observaciones y entrevistas a directivos, profesores, estudiantes y encargados de los medios en las escuelas, permitió buscar algunas relaciones entre los discursos, la infraestructura, la organización y las prácticas con los audiovisuales.



Las propuestas que surgen del estudio apuntan a consolidar una oferta de calidad técnica, artística y pedagógica, a cualificar la capacidad de los profesores y las instituciones para incrementar el uso y promover competencias lecto-escritoras con los medios y materiales audiovisuales, a promover la producción de audiovisuales de carácter educativo y a generar conocimiento sobre las prácticas y las múltiples relaciones entre el mundo de los medios y el mundo escolar.

De este estudio se concluyó que debe diseñarse una política orientada a incrementar y cualificar el trabajo con audiovisuales en las escuelas del Distrito Capital, que tenga como propósitos centrales:

- la promoción de un diálogo entre la escuela y las culturas audiovisuales,
- el desarrollo de competencias “lecto-escritoras” de profesores y estudiantes en y a través de los medios y de los materiales audiovisuales y,
- el desarrollo de competencias pedagógicas y de gestión de directivos y profesores frente a los audiovisuales.

Estos propósitos orientadores permitieron identificar cuatro ejes de trabajo:

- Cualificar la oferta.
- Promover programas de formación de profesores y directivos.
- Fomentar la producción de audiovisuales de carácter educativo.
- Impulsar la producción de conocimiento sobre medios audiovisuales y escuela.

### **Seguimiento y Evaluación de impacto de los materiales de la *Caja de Herramientas Vida de Maestro* para la Formación permanente de Docentes en Bogotá, D.C. (2000)**

La *Caja de Herramientas* es un proyecto que fue conocido ampliamente por la serie de televisión *Francisco, El Matemático*, realizada y transmitida por un canal comercial de cubrimiento nacional en horarios de alta audiencia. Sin embargo, poco es lo que los educadores saben acerca del proyecto completo que estaba conformado por una miniserie de 20 capítulos de emisión abierta, en formato de dramatizado que fueron vertidos a formato de video y luego hacían parte de los materiales de la Caja, una serie de 10 videos temáticos para uso en seminarios, titulados *Cotidianidades que Enseñan*, una colección editorial de 10 volúmenes temáticos para circulación masiva y uso en seminarios de nombre *Vida de Maestro* y la *Guía pedagógica* que “pretende acompañar el uso del seriado de televisión *Francisco, El Matemático* para la formación moral en la escuela”.

“La finalidad de este proyecto multimedia busca usar varios medios masivos, privilegiando en algunos las condiciones narrativas impuestas por su lenguaje y en





otros los contenidos pedagógicos, con el fin de establecer espacios y constituirse en herramientas que propicien la identificación, discusión y apropiación colectiva de valores” (Chiappe y Montaña, 1999). El Proyecto busca aportar a la formación en valores para la vida en democracia y estimular la discusión acerca de la ética, los comportamientos y la participación ciudadana.

Además de la emisión de la miniserie por la televisión (la cual aún continúa al aire como una producción propia del canal comercial), la Caja fue distribuida a través de cerca de 100 talleres sobre la metodología de análisis de dilemas morales y la venta directa al público. En noviembre del año 2000 se habían distribuido 803 cajas (de las 1700 producidas), de las cuales 660 habían sido entregadas a colegios oficiales de la ciudad y 143 vendidas otras instituciones escolares de Bogotá y otras ciudades. A los talleres asistieron cerca de 1500 profesores y más de 500 estudiantes de los colegios participantes.

El estudio que realizó la Universidad tenía como propósitos:

- a) realizar el seguimiento a la distribución y venta de los materiales que conforman la Caja de Herramientas *Vida de Maestros* para la formación permanente en valores de docentes en instituciones de educación básica y media del Distrito Capital;
- b) caracterizar las formas de uso identificando los contextos en los que se insertan, los propósitos con los que se utilizan y las actividades que se llevan a cabo;
- c) identificar las variaciones en el tratamiento de las temáticas y metodologías;
- d) analizar la utilidad y adecuación de los materiales para las actividades de formación permanente del profesorado en el campo de los valores;
- e) caracterizar la apropiación que los docentes hacen de los temas propuestos por los materiales y su transferencia al trabajo pedagógico; y
- f) identificar algunos resultados obtenidos por las instituciones y los estudiantes derivados del trabajo con los materiales propuestos por el Proyecto.

El equipo de investigación, conformado por profesores y estudiantes de la Universidad y asesores externos procedentes de diversas disciplinas (Sicología, Antropología, Educación, ...) y de prácticas también diversas, (docencia, periodismo y los medios) y todos, con el común denominador de la investigación, acordaron orientar el trabajo dentro de una perspectiva de investigación que desentrañara significados para quienes están comprometidos con el proyecto, de tal manera que fueran útiles en la toma de decisiones. Asumieron una posición que propiciara el diálogo entre Comunicación/ Educación, entre Público/ Privado, entre Texto/ Contexto y entre Escritura/ Imagen.





En consecuencia, se articularon estrategias propias de los estudios de mercado como el seguimiento telefónico, con métodos de carácter académico como la observación, la entrevista y los registros etnográficos; se hace tratamiento cuantitativo de la información y se combina con relatos y análisis de carácter cualitativo.

La idea de realizar una “biografía del proyecto” se llevó a cabo siguiendo una dinámica de carácter arqueológico que rastreara las huellas de quienes intervienen en el proceso de convertir una propuesta en proyecto compartido, y el proyecto en producto cultural que circulara en forma material y virtual para hacerse existente en la escuela y fuera de ella. Fue así como se optó por estudiar cuatro momentos del proyecto: la producción, la circulación, las rutas y senderos que siguió la caja en su uso, y las mediaciones culturales que los procesos de recepción suscitan en las audiencias.

Se recuperaron y analizaron todos los documentos que permitieron identificar desde el nacimiento de la idea hasta su puesta en escena; así mismo, se reconstruyó el proceso con las personas que intervinieron en las diversas etapas del proyecto. Se hizo seguimiento a las rutas y senderos que la Caja siguió para llegar a sus destinatarios, tanto en las formas de distribución que realizó el IDEP, como las emisiones al aire en la televisión y al interior de las instituciones escolares. A partir de un seguimiento telefónico en 250 instituciones que desde el mes de mayo de 2000 habían recibido la Caja se pudo observar *in situ* el uso de los materiales en 30 instituciones y reconstruir su uso con otras tres. Distanciándose del modelo de los efectos, se analizaron las múltiples mediaciones del proceso de recepción en las audiencias para develar el impacto sociocultural del seriado televisivo y de los materiales de la *Caja de Herramientas*. Se estudió la recepción en dos dimensiones: la que denominamos ‘abierta’ que se refiere a la recepción de la teleserie *Francisco, El matemático* y la que denominamos ‘cerrada’, que se orientó a la recepción de los materiales de la caja (los videos de la teleserie, los videos de *Cotidianidades que enseñan*, los libros de la serie editorial *Vida de Maestro* y la guía). Además de los registros de observación y las entrevistas a profesores y estudiantes que se llevaron a cabo en el trabajo de campo en las instituciones escolares, se entrevistaron padres de familia, niños y jóvenes en contextos familiares y escolares.

Los resultados fueron interpretados desde tres perspectivas distintas:

- a) La mirada desde los medios que pone en diálogo los dos mundos que se encuentran en el proyecto, mundos que se mueven entre los opuestos “linealidad y discontinuidad”, “pureza y mezcla” y, en esa interacción modifican las miradas y conjuran el peligro de una Babel que “ocurrió cuando el entendimiento entre las personas fue imposible”;



- b) La formación permanente del profesorado que plantea las implicaciones de los materiales para la formación de docentes y los encuentros y desencuentros entre los medios de comunicación y las culturas escolares. Propone pasar de la distribución del conocimiento hacia el diálogo intergeneracional y de las estrategias pedagógicas a la construcción de ambientes educativos significativos; y
- c) Y la formación en valores que reflexiona sobre el significado de la educación en valores y su relación con las lógicas narrativas.

Todo encuentro entre mundos lleva implícita una historia de conquista que genera enfrentamientos e hibridaciones. En el caso de las relaciones suscitadas por el *Proyecto de Desarrollo Pedagógico por Medios Masivos* que impulsó el IDEP, la educación incorpora en sus prácticas elementos que vienen de los medios: los videos se exponen y se ven, a partir de las situaciones dramáticas y de las narrativas, se reflexiona, se escribe, se argumenta, se debate; así, los medios entran al aula y, de paso, hacen visibles a los sujetos. Desde la otra orilla, se puede ver cómo la escuela se convierte en objeto de imagen, en escenario del drama, en epicentro social; productores, libretistas y actores deben acercarse al mundo escolar para conocer 'esa' cultura y para actuar como profesores o estudiantes. En los documentos, las entrevistas y las observaciones se hizo evidente cómo el extrañamiento va dando paso a un reconocimiento de futuros insospechados.

Los análisis de los cuatro momentos del Proyecto *Caja de Herramientas Vida de Maestro* y las reflexiones en torno a los tres ejes que lo articulan, permiten concluir lo siguiente:

Si bien, los teóricos han analizado las diferencias entre la escuela y los medios, el proyecto del IDEP, por su carácter inédito, se convierte en un hito en las relaciones entre la Educación y los Medios de comunicación por cuanto pone en relación dos mundos que urden entramados de significación, de carácter diferenciado y, en ese encuentro, la lucha por la conquista del sujeto a quien cada uno trata de seducir, genera choques y necesarias hibridaciones. La televisión ha tenido que acercarse a la escuela para ponerla en la pantalla, aunque sus lecturas sean las propias del medio y la escuela ha debido admitir que la televisión está adentro, aunque no se vea.

Poner en los medios ciertos temas que se relacionan con "algunos valores cívicos", ha puesto en el centro del debate el problema de la formación ciudadana, se ha empezado a hablar de algunos problemas que se consideran ajenos y están en nuestras propias casas y ha propiciado la tematización de algunos asuntos que se desconocían, se negaban o se silenciaban.



La comunidad de docentes de la capital y del país se ha pronunciado enérgicamente frente a la teleserie y ha reivindicado algunos principios que considera valiosos en el ejercicio de ser y ejercer como maestro. Estas manifestaciones, algunas veces han suscitado fuertes debates internos que han permitido a los propios profesores exponer sus puntos de vista y reconocer diferencias entre compañeros. Cuando se hace uso de los materiales en algunas jornadas pedagógicas o reuniones de profesores, se observan diálogos fértiles y profundos no sólo acerca de la formación en valores sino sobre el sentido mismo de la educación y de ser maestro, constituyendo momentos de auténtica co-formación permanente.

Desde la perspectiva de la producción, el proyecto pudo hacerse realidad gracias a un estilo de gestión que puso en muchas manos una propuesta y supo luego armonizar entre la firmeza que otorga la claridad del horizonte y la flexibilidad que exige la construcción participativa de procesos. Esta característica permitió mantener unos propósitos a través de unas realizaciones que fueron cambiando y tomando forma con el paso del tiempo.

Es de señalar que uno de los hallazgos más valiosos del estudio lo constituye la identificación de la importancia que tiene el proceso de distribución de los materiales; el país conoce muchas experiencias en las que diversos Organismos del Estado han producido materiales valiosos y los ha enviado a las instituciones escolares sin ningún acompañamiento, resultando generalmente desconocidos para los profesores e inoperantes para los procesos pedagógicos. En este caso, acompañar la distribución con una estrategia como los talleres de dilemas morales rompe la narratividad de los medios, la somete a la lógica argumentativa del dilema y pierde la sinergia multimedial de la *Caja* al instrumentalizar el uso de la teleserie, además dio pistas a los profesores sobre una manera posible de trabajar con los materiales.

Los diversos usos que se hacen de los materiales se enmarcan en la metodología de los dilemas morales; se encontró que muchas veces el afán de seguir la secuencia del taller imposibilitó una comunicación genuina y una construcción colectiva de consensos. En los contextos escolares fue reiterada la asociación, que tanto los niños y jóvenes como los maestros, establecían entre lo visto en la pantalla, lo virtual, y sus propias experiencias. Esa relación entre el drama y la vida y las múltiples posibilidades de reflexionar acerca de sus nexos y de reflejarse en los personajes o en las situaciones constituye un material de gran valor para la misión educadora de la escuela.

El impacto del Proyecto (*Teleserie y Caja de Herramientas*), desde la perspectiva de la recepción social de un producto cultural de carácter multimedial, se observa en la





penetración que ha logrado en el contexto escolar, la influencia en las audiencias infantiles y juveniles y la “influencia ampliada” en otros Organismos del Estado que han solicitado la realización de teleseries con dinámicas argumentales que se orienten a la formación de una cultura determinada (como el caso de *Alicia en el país de las mercancías* que promueve la cultura de la tributación y de rechazo al contrabando) o aquellas otras que han contratado para que se introduzca una “línea argumental” que trabaje sobre una temática definida (como la violencia intrafamiliar y el valor del diálogo o la participación política de los jóvenes).

El encuentro de dos esferas de la sociedad que muchas veces no se tocan, las cuales representan intereses contrapuestos, en este proyecto tuvo una experiencia que debe ser tenida en cuenta por cuanto el ámbito de lo público, representado por el IDEP, que proponía la realización de un producto cultural orientado al bien común, pudo establecer nexos cordiales y respetuosos con quienes encarnaban intereses privados, orientados por el éxito que se mide numéricamente según las audiencias y significa posicionamiento en un mercado que se mueve por la ganancia.

La formación de una nueva estética del televidente y de audiencias críticas constituye un imperativo en proyectos que empleen los medios de comunicación como vía para educar. Por tanto, los proyectos de comunicación impulsados por el Estado, que tienen claro sentido de buscar el bien común, deben velar porque su mensaje llegue a sus audiencias y porque se pueda avanzar en procesos de alfabetización audiovisual.

Por último, se destaca que una escuela abierta a nuevos saberes, nuevos actores y nuevas acciones, necesariamente debe estar abierta a los nuevos medios; por tanto, los profesores deben admitir que las innovaciones también pueden surgir fuera del contexto escolar y que es posible mejorar la misión educadora de la escuela si la familia, la ciudad y el mundo entran a ella y si ella puede transitar por las calles de la ciudad y por los canales virtuales de la televisión y de las redes.

### **Seguimiento y evaluación de la publicación *Magazín Aula Urbana* (2001)**

*Aula Urbana*, publicación periódica del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico del Distrito Capital de Bogotá -IDEP-, lanza su primer número a mediados de 1997 con el objetivo de socializar las experiencias cotidianas en la práctica pedagógica, difundir los resultados de las investigaciones y de las innovaciones educativas desarrolladas por el Instituto o por otras entidades y estimular la relación entre los miembros de la comunidad educativa en general.



*Aula Urbana* se propone servir como medio de integración y de diálogo entre la comunidad educativa, como tribuna del pensamiento y como sitio de difusión de saberes, de conocimientos y de intereses.

Dirigida principalmente a los profesores de educación inicial, básica y media de instituciones escolares estatales de la ciudad, *Aula Urbana* en el mes de octubre de 2001 publicó el número 31 con un tiraje de 30.000 ejemplares. De este tiraje, 27.500 se destinan para los docentes de los establecimientos distritales de Bogotá; 2.000 a instituciones oficiales del orden local, regional y nacional así como a centros de investigación, universidades, organizaciones no gubernamentales y otras agremiaciones asociadas en torno al quehacer educativo y 500 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 constituye un bien cultural que circula entre un público vinculado al sector educativo y como tal, el “Estudio de Seguimiento y Evaluación del Magazín *Aula Urbana*” se ubica en la perspectiva de explorar las dinámicas que se generan desde que se inicia el proceso de producción hasta que llega a sus destinatarios, y desde que ellos lo reciben hasta el impacto que el medio tiene en la opinión de sus receptores, dando cuenta de los usos y formas de apropiación que permitan hallar posibles nexos entre medios y educación.

Las preguntas que orientaron el estudio fueron:

- ¿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 estudio se llevó a cabo a través de seis estrategias:

- 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.
- El análisis de los 29 números y un inserto que constituían el objeto del estudio para caracterizar los productos.
- La aplicación de encuestas múltiples 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.
- » Entrevistas con los profesores que informaron que lo usaban y quienes aceptaron que los investigadores observaran formas de uso en contextos escolares con el propósito de caracterizar formas de uso y recepción.
- » 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.
- » 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.

La producción del Magazín no puede leerse como un proceso monolítico, pues como producto cultural vivo, su biografía permite reconocer una identidad que, aún en el cambio, mantiene rasgos que la hacen distinta a otras ofertas culturales y la posicionan entre sus lectores quienes la identifican como un medio de comunicación sobre la vida educativa de la ciudad, que se pone de presente a través de las innovaciones e investigaciones que adelantan los profesores en diversos contextos escolares. Se identificaron tres momentos en la vida del Magazín:

- a) Surgimiento y consolidación de la propuesta de *Aula Urbana* (desde sus orígenes hasta los números 1 al 7);
- b) *Vida de Maestro* (Números 8 al 19): el Magazín pasa de ser un medio de comunicación en el que se estimulaba la participación activa de los profesores a ser un medio que impulsaba los proyectos de *Comunicación Educativa* que inició la Institución; y
- c) diversidad de las temáticas (Números 19 al 29) momento en el que se plantearon nuevas secciones ampliando los temas en una lógica de *Auscultar la Escuela*, en la que se busca conocer qué es lo que sucede al interior de las instituciones escolares de la ciudad.

La circulación analizó dos momentos: del productor a los destinatarios a través de los procesos de distribución contratados por el IDEP y las rutas y senderos que el





Magazín recorre al interior de las instituciones a las que llega. El Magazín se envía a 1409 jornadas escolares distribuidas en 20 localidades de la ciudad y a otros destinatarios en 848 puntos donde se distribuyen cerca de 2500 ejemplares, proceso que se lleva a cabo a través de empresas de correo especializado que son contratadas a través de licitaciones públicas. Un 93% de las instituciones declararon recibir cumplidamente el Magazín y el 7% restante afirmó que aunque lo reciben no llega la cantidad suficiente. La distribución al interior de las instituciones escolares se hace de manera personal en el 54.1% de las escuelas, mientras que el 44.1% dijo dejar *Aula Urbana* en un lugar para que los interesados lo tomen. El trabajo cualitativo permitió identificar rutas diversas del Magazín en las instituciones: mientras algunos manifiestan no enterarse, otros afirman que lo esperan con interés pues lo hacen circular en la biblioteca, en las carteleras o aún en las aulas usándolo como material de lectura y análisis.

Los usos dan cuenta no sólo del uso individual que cada destinatario da a la publicación, sino de los usos sociales que surgen en contextos escolares. Si bien, la publicación no tiene pretensiones didácticas, son muchos los profesores que informan utilizarla en las aulas con propósitos pedagógicos. La observación de estas experiencias y el diálogo con los profesores permitió identificar potenciales que van más allá de su intencionalidad primaria de la propuesta mediática. En tal sentido, *Aula* también debe ser pensada como material pedagógico de gran valor.

La recepción, entendida como las relaciones activas, orientadas por movimientos de cooperación y de actualización de los textos 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 indagó, a través de la opinión de los encuestados y entrevistados, su propia imagen de la publicación. Los temas, las secciones, los aspectos formales, y el propio sentido que los destinatarios adjudican al Magazín para su práctica pedagógica y para la vida educativa de la ciudad son asuntos de los cuales se da cuenta desde esta dimensión.

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*. Algunas de las características que identifican el Magazín son: ante todo es un texto educativo, un lugar para compartir experiencias, una oportunidad para la conversación, tiene gran capacidad de refuncionalización, hace visible la escuela y la presencia de los maestros. Pero también se lee una primacía de lo cognitivo, una mirada cerrada a la escuela, ciertos límites del debate, un texto oscilante y la presencia muy cargada de la institución -IDEP-.



A partir de estos rasgos que concluye el estudio, se hicieron las siguientes recomendaciones:

- Evitar cambios traumáticos, definir una política editorial más consistente,
- Trabajar sobre la estructura informativa,
- Contar más historias tomadas de los mismos maestros,
- Dar continuidad a los temas presentados o a los debates propuestos,
- Aumentar y cualificar el trabajo informativo de campo,
- Incidir en el diseño buscando que haya mayor identidad,
- Ampliar la convocatoria y aumentar la interacción con el fin de procurar que los profesores del Distrito Capital se apropien del Magazín,
- Cumplir con la periodicidad y buscar mecanismos para mejorar la circulación al interior de las instituciones.

### Seguimiento y evaluación de la emisión al aire y del uso de los ejercicios de Lenguaje y Matemáticas *Las Claves del Altillo* (2001)

Los videos *Las Claves del Altillo* tienen como finalidad, tanto en su diseño como en su contenido, contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación; presentan ejercicios de matemáticas y lenguaje que pueden ver los niños, solos o acompañados de sus padres y maestros.

El proyecto tiene unos propósitos pedagógicos; una estructura modular que presenta los asuntos en los cuales se considera fundamental apoyar a la escuela para promover las competencias básicas en lenguaje y matemáticas; una dinámica narrativa que se desarrolla en sesiones que oscilan entre tres y ocho minutos, actuada por personajes vivos y personificados; y dos formas básicas de circulación: la emisión por un canal de televisión o en formato de video que puede ser adquirido por personas o instituciones y utilizado libremente.

La Universidad realizó el diseño y la ejecución del estudio de seguimiento de la emisión al aire y de la recepción y del uso de los videos.

Las preguntas que orientaron este estudio fueron:

- ¿Cuáles fueron las intencionalidades y dinámicas de producción de *Las Claves del Altillo* y cuáles son las características de este producto educativo-cultural?
- ¿Cómo se hace su proceso de circulación a través de la TV? ¿y por adquisición?
- ¿Qué usos le dan las diversas audiencias?
- ¿Cómo lo reciben las diversas audiencias?
- ¿Qué propuestas surgen de las audiencias para realizar cambios?



Los materiales, como bien cultural que se producen en el contexto del IDEP, que circulan en canales de televisión, en las instituciones escolares y en los hogares y que son consumidos por niños y niñas, docentes y padres de familia u otros agentes educativos, se estudiaron a través de cuatro dimensiones o ejes temáticos que se relacionan con sus momentos de vida: la producción, la circulación, la recepción y los usos que las audiencias hacen de los mismos.

El estudio sobre *Las claves del Altillo* implicó la aplicación y desarrollo de seis estrategias:

- Exploración documental y de entrevistas sobre las dinámicas de producción.
- Observación y análisis de los productos.
- Seguimiento a la venta/ adquisición.
- Seguimiento a las rutas y senderos de los materiales en las escuelas.
- Seguimiento a las emisiones al aire.
- Observación y seguimiento a los usos y a la recepción en los contextos escolares.

La perspectiva del estudio, que busca documentar la vida del proyecto y escribir su biografía, implicó que existan diversas poblaciones de estudio y diversas fuentes de información. Las poblaciones que intervienen se relacionan con los momentos de vida del proyecto: los productores, los responsables de la circulación (comercializadora y canal que emita al aire los programas), los adultos y los niños y las niñas que trabajen con los materiales en contextos familiares y escolares.

Las fuentes proceden de los documentos, de las personas que participan en las diversos momentos y de los productos mismos.

Algunos de los resultados encontrados y recomendaciones que se derivan del estudio, se anotan a continuación:

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

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. Además, asume el reto de llegar a todos los ciudadanos a través de 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.

Este proyecto se genera como consecuencia de un problema real que se identifica a través de los resultados de las pruebas censales de competencias que aplicó la Secretaría de Educación del Distrito Capital -SED- a los estudiantes de tercero y quinto de básica primaria, resultados que arrojaron información acerca de las mayores dificultades de niños y niñas en las áreas de lenguaje y matemáticas. Con estos datos, el IDEP asume un compromiso de apoyar los esfuerzos del sistema educativo (en cabeza de la SED) para mejorar 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, cuyo propósito fundamental es la búsqueda de la entretención.

El “encuentro de icebergs” exige, desde su ideación, la participación de los diversos productores de manera 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 durante el proceso de producción de *Las Claves del Altillo* tuvo varias fases: en la primera se afinó la propuesta pedagógica; en la segunda se pidió a los mediáticos “traducir” al lenguaje audiovisual las orientaciones pedagógicas y, en la tercera se puso en circulación televisiva el producto audiovisual, que 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. 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 ya que requieren de contextos de programación que permitan que las audiencias no sólo 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 de tres tipos: escolares, familiares o televisivos. Su puesta en circulación requiere de una contextualización que permita a las audiencias reconocer el mensaje como parte de un proceso educativo en las áreas de lenguaje o matemáticas. 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 de manera que se creen las condiciones educativas que permitan articular cada ejercicio presentado con un contexto que pueda ser reconocido como lúdico-educativo.

El proceso de producción de materiales pedagógicos puede verse enriquecido si desde el comienzo se busca una dinámica de participación simultánea de pedagogos, maestros, estudiantes y productores mediáticos de manera que todos puedan aportar diversas perspectivas y se propicien 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 Atrillo*, 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 'entretención pedagógica' y como material didáctico. Las observaciones realizadas con niños y niñas en contextos familiares permiten concluir que los pequeños alcanzan a captar la intencionalidad pedagógica de los videos e incluso sus temáticas, pero se les dificulta aprehender las nociones y los contenidos conceptuales que se proponen en cada ejercicio sin llegar a 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 sólo 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.

*Las Claves del Atrillo*, concebidas como un producto cultural y de carácter público, que apuntan a mejorar la calidad de la educación escolar, deben recobrar ese sentido y abrir la posibilidad de que el Estado no sólo haga la producción y delegue en un



comerciante su circulación, sino que busque 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 y niñas la posibilidad de beneficiarse de esta creación cultural.

Con relación a la circulación por televisión debe reconocerse la desventaja que está el IDEP frente a la programadora de Canal Capital. El IDEP depende de las variaciones que tenga la Franja en la que se ponen a circular *Las Claves del Attilio* y, seguramente, estas decisiones obedecen a asuntos de carácter más estructural dentro del Canal. Es importante 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 y se pueda contar con 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.

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 materiales que sirvan para experimentar.

La recepción fue quizá la dimensión que mejor permitió escudriñar el material y su potencial: los niños mostraron gran riqueza de lectura mediática y de comprensión de





las intencionalidades, este hecho permite afirmar que los materiales tienen pertinencia para apoyar los procesos de desarrollo de competencias comunicativas y matemáticas.

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 y 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 en la identificación de los temas y, en algunos casos, llegando a identificar las nociones tal como se plantean en los ejercicios.

Algunas lecciones derivadas de estas experiencias se detallan a continuación:

#### Para el IDEP

- El IDEP continúa 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.

- La creación de nuevos programas debe involucrar al máximo a los agentes educativos. Se recomienda dar 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.
- Considerar a los niños como sujetos de saber que entran en diálogo intergeneracional con los adultos, propiciará relaciones fecundas entre los personajes (que todos aprendamos) y hará que las posibilidades estético-lúdicas de los medios puedan ser explotadas en toda su riqueza semiótica a favor del mejoramiento efectivo de la educación de niños y adultos de la ciudad y no sólo de aquellos que puedan comprar un producto que es inalcanzable para la gran mayoría de familias bogotanas.
- 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.



## Para la UNIVERSIDAD

El reto de estudiar el campo de los medios de comunicación y los productos audiovisuales en la ciudad le han permitido a la Universidad ampliar su horizonte de mirada sobre el mundo escolar y relacionarlo con el rico campo de la comunicación. Estas oportunidades nos han enriquecido por cuanto hemos avanzado en los aspectos teóricos, conceptuales y metodológicos, afianzando una perspectiva de análisis que se deriva de la propia misión de la Universidad Nacional comprometida con el desarrollo del saber puesto al servicio de los más débiles de nuestra sociedad, por tanto, en la defensa de una perspectiva pública del ejercicio intelectual y de la tarea educativa que debe cumplir el Estado a través de sus diferentes agencias.

De esta perspectiva ética, política y académica de la misión de la universidad pública y de las agencias del Estado se derivan los avances en la conceptualización de los productos mediáticos que ha producido el IDEP, pues considerados como bienes públicos y no como mercancías hemos podido desarrollar un enfoque conceptual de los estudios de seguimiento y evaluación que no se sustenta en una concepción de la evaluación en la que los juicios valorativos se instauren como resultados. Por el contrario, el espíritu de los estudios se orienta a la necesidad de documentar la vida del proyecto mediático desde la *Cultura Material* del proceso de producción 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.

Documentar la vida de los proyectos presenta un alto valor social por cuanto las instituciones del Estado con frecuencia diseñan y desarrollan materiales que van al mundo escolar, las cuales no se usan o tienen un uso marginal. En esta dirección, “hacer visible lo cotidiano” permitirá a nuestras organizaciones públicas aprender de sus propias acciones y servirá de ejemplo para la gestión en otras muchas instituciones. El equipo de investigación ha preferido el camino de 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.

Esta decisión amplía el horizonte del estudio para hacer visible el recorrido de una propuesta que se materializa en los bienes mediáticos. Los estudios se convierten así, en un acompañamiento al desarrollo de los proyectos y no solamente una medición o cuantificación de los resultados, con el propósito de encontrar las potencialidades y falencias de un producto cultural. La documentación de los procesos de producción y de las dinámicas de circulación, la caracterización de los





usuarios y los usos que hacen de los materiales, nos han permitido hallar significados a la recepción en el contexto del proyecto global y hacer una ponderación de sus logros-fortalezas y dificultades-debilidades.

Nuestra propuesta no constituye en realidad un modelo teórico, sino más bien una elección estratégica para la toma de decisiones respecto a las metas, contenido y métodos de la evaluación, buscando que sus resultados puedan ser utilizados de manera productiva, esta postura demanda un diálogo continuo con quienes generan el proyecto para valorar las implicaciones y utilidades develadas. Se busca la ponderación de los efectos de los proyectos y la comprensión de los procesos por ellos generados, incorpora una variedad de métodos de investigación a la recolección de información y su análisis, auspiciar resultados relevantes que redunden en su mejoramiento. Procura configurar un proceso colaborativo, cuyo producto final aporte información útil y relevante para el perfeccionamiento, mejoramiento o expansión de cada proyecto. Nuestra estrategia se apoya en la dinámica de investigación cooperativa que ha venido consolidando el Programa RED con colectivos de profesores y directivos de diversas instituciones escolares de Bogotá y otras ciudades.

### Para la CIUDAD

Los aprendizajes mutuos del IDEP y de la Universidad no son ganancias que deben quedarse en las dos instituciones; deben hacerse públicas para que puedan ser apropiadas por los educadores, por los responsables de políticas públicas, por los jóvenes, por los padres de familia y por las diversas organizaciones de la sociedad que trabajan en la comprensión de nuestra problemática y en la búsqueda de soluciones, pues la perspectiva que se plantea potencia una mirada compleja desde lo local con pretensiones de entrar en interlocución con saberes universales desde ángulos alternativos que permitan posicionarse argumentada y críticamente a los modelos hegemónicos del “pensamiento único”. Es desde la diversidad de posiciones que los actores pueden urdir propuestas válidas y viables para hacer la vida en la ciudad y no desde pretensiones de poner a “todos del mismo lado”, pues tarde o temprano caeremos en totalitarismos nefastos.

La experiencia acumulada del IDEP y de las Instituciones que hemos podido participar en procesos de investigación e innovación en el campo de Comunicación-Educación debe seguir impulsándose para convertirla en una línea de acción de mediano plazo, aún a pesar de las dificultades económicas por las que atraviesa la ciudad, pues la inversión en bienes públicos de calidad redundará



no sólo en beneficio social, sino que puede también reportar ingresos económicos derivados de la puesta en escena en ámbitos nacionales e internacionales. Invito por tanto a quienes hemos acompañado el proceso impulsado por el IDEP para que hagamos una alianza que fortalezca el desarrollo de un campo que urge de investigación, innovación, producción intelectual, debate, publicación y amplia difusión entre los interesados en la cualificación de la educación en Bogotá para que nuestros avances, realizados gracias a fondos públicos puedan ser apropiados y recreados por los ciudadanos.

Los cuatro informes de investigación pueden ser consultados en el IDEP (Archivo Técnico) y [www.idep.edu.co](http://www.idep.edu.co) (Resúmenes Analíticos de Educación RAE en el motor de búsqueda de Proyectos) y en el Centro de Documentación del Programa RED en la Universidad Nacional. En ellos se encuentra la información y bibliografía completa. Sus referencias son:

- Universidad Nacional de Colombia-Programa RED. *Los Audiovisuales de carácter educativo en Santa Fe de Bogotá. Un análisis de la oferta y el uso en las instituciones escolares*. Bogotá: Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico -IDEP- 1999.
- Universidad Nacional de Colombia-Programa RED. Seguimiento y evaluación de impacto de los materiales de la Caja de Herramientas Vida de Maestro para la formación permanente de docentes en el Distrito Capital. Bogotá: Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico -IDEP-. 2000.
- Universidad Nacional de Colombia-Programa RED. Seguimiento y evaluación de la publicación *Magazín Aula Urbana*. Bogotá: Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico -IDEP- 2001.
- Universidad Nacional de Colombia-Programa RED. Seguimiento y evaluación de la Emisión al aire y del uso de los videos *Las Claves del Altillo*. Bogotá: Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico -IDEP- 2001.