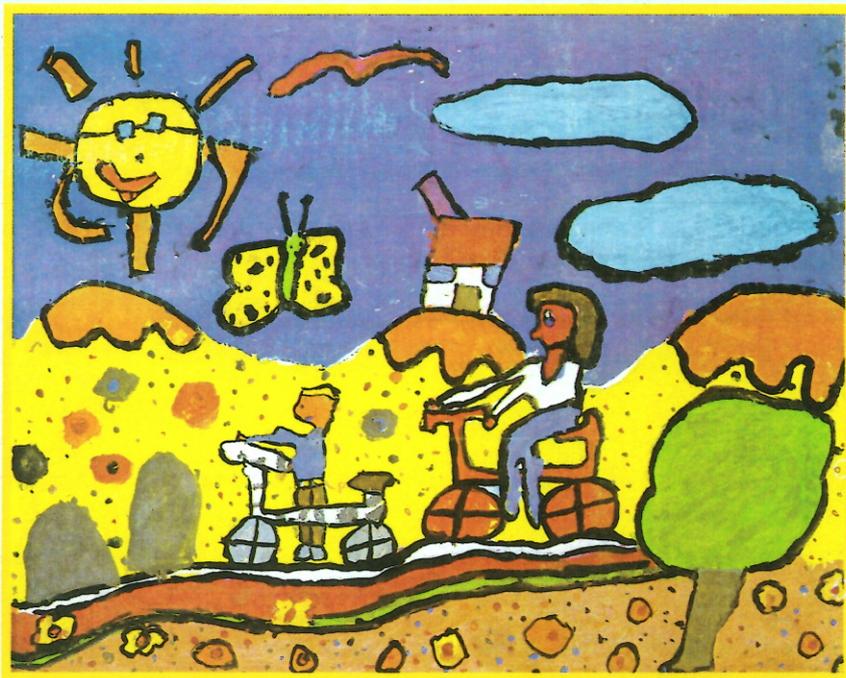


Cómo se puede aprender en la escuela



CURRICULUM OCULTO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL GÉNERO EN LA ESCUELA.

M. A. Santos Guerra

A VUELTAS CON LA VOZ.

Andy Hargreaves

APRENDER COMO FORMA DE ACCEDER AL CONOCIMIENTO.

Richard S. Prawat

**EL CURRICULUM EN RED:
UNA ALTERNATIVA PARA ORGANIZAR
LOS CONTENIDOS DE APRENDIZAJE.**

Arthur Efland

**CLAVES PARA LA COMPRENSIÓN Y
TRANSFORMACIÓN DE LA VIDA SOCIAL.**

Jaume Martínez Bonafé

¿CÓMO APRENDEN LOS DOCENTES?

Fernando Hernández

SUMARIO

Kikirikí-42/43

• Editorial	
- Diez años ya... y el futuro que viene	3
• Escuela y Cultura	
- Ciencia, tecnología y sociedad: aprender para dentro y fuera de la escuela	4
<i>José Aray Puerta</i>	
• Debate	
- Mirar desde otro lado: la disciplina desde una perspectiva organizativa y simbólica	10
<i>Cristóbal Gómez Mayorga</i>	
- Currículum oculto y construcción del género en la escuela	14
<i>Miguel Ángel Santos Guerra</i>	
• Investigación, perfeccionamiento e innovación	
- A vueltas con la voz	28
<i>Andy Hargreaves</i>	
• Dossier:	
¿Cómo se puede aprender en la escuela?	35
- Saltando entre el hogar y la escuela, aprendiendo a leer y escribir	37
<i>Pilar Lacasa, Mercedes Gómez, Amalia Reina y Carmen Cosano</i>	
- ¿Cómo se construye el conocimiento?	44
<i>Juan Delval</i>	
- De saberes escolares a comprensión disciplinaria: el desafío pedagógico de una educación de calidad	55
<i>Verónica Boix Mansilla</i>	
- Aprender como forma de acceder al conocimiento	63
<i>Richards Prawat</i>	
- Aprendizaje y tecnologías de la información y la comunicación	90
<i>Juana M.º Sancho Gil</i>	
- El currículum en red: una alternativa para organizar los contenidos de aprendizaje	96
<i>Arthur D. Efland</i>	
- Claves para la comprensión y la transformación de la vida social	110
<i>Jaume Martínez Bonafé</i>	
- Aprender de los otros y con los otros	115
<i>Antoni Tort Bardolet</i>	
- ¿Cómo aprenden los docentes?	120
<i>Fernando Hernández</i>	
- Algunas lecturas más ¿Cómo se puede aprender en la escuela?	128
<i>Nieves Blanco y Joaquín Ramos</i>	
• Tantea	
- La poesía en educación infantil: un poeta cubano en el aula	131
<i>Clara Járboles Pellejero</i>	
- Y tú, ¿Cómo lo miras?	135
<i>Isabel María Gallardo Fernández y Mercedes Mingo Gabriel</i>	
- Las manos para conocer la realidad	139
<i>Bruno Giorgolo</i>	
- El grupo-clase como generador de conocimiento	143
<i>Maite Mases i Giné</i>	
- El collage como medio de educación en el arte	146
<i>María José Bellido Jiménez y Pedro Pablo Gallardo Montero</i>	
- Diseño y construcción de un maletín para discos de ordenador con función de atril	149
<i>Manuel Jesús Bermejo Cabrera</i>	
• Escuela moderna	
- ...Y los niños no se perdieron en el bosque	154
<i>Giancarlo Cavinato, Lucía Luochese y Roberta Sambo</i>	
• Comentamos	
- Biblioteca del docente	160
<i>VV. AA.</i>	
- Materiales para aprender con el cine	163
<i>Mercedes Cobo Álvarez</i>	
- Tecnología Información Comunicación	165
<i>Manolo Carrasco</i>	

Año X. SEPTIEMBRE 96 - FEBRERO 97

Redacción, administración y suscripciones:
Apartado de Correos nº 117
41530 MORÓN
Telf. - Fax: (95) 485 02 22

DIRECCIÓN Y REDACCIÓN:

- Joaquín Ramos García
- Diego Navarro Núñez
- Antonio Sánchez Román

CONSEJO ASESOR:

- Manolo Alcalá
- J. Félix Angulo Rasco
- Javier Barquín
- Paco Bastida
- Juan Bautista Martínez Rodríguez
- Nieves Blanco
- Javier Casado
- M^a Dolores Díaz Noguera
- Juan Manuel Escudero
- Juan Fernández Sierra
- Agustín García Lázaro
- Pepe González Monteagudo
- Fernando Hernández
- Paul Le Bohec
- Luis Miguel Millán Polo
- Paco Olvera
- Juan de Pablos Pons
- Casilda Peñalver Gómez
- Ángel Pérez Gómez
- Rinaldo Rizzi
- Juana María Sancho
- Miguel Ángel Santos Guerra
- José Tuvilla Rayo

DEPÓSITO LEGAL: SE -385-1988
ISSN: 1133 - 0589

COPYRIGHT: M.C.E.P. Sevilla

EDITA: M.C.E.P. Sevilla

DIBUJO PORTADA

- Alumna del C. P. Giner de los Ríos, (Huelva)

ILUSTRACIONES:

- Rosalba Catamo • R. Capdevilla,
- Clara Pérez Escrivá • Carmen Andrada
- Pirro Cuniberti • P. Zerbi • Bau Scarabottolo
- Archivo KIKIRIKÍ.

FOTOGRAFÍAS:

- Mercedes Gómez
- Clara Járboles
- Bruno Giorgolo
- Maite Mases
- Archivo KIKIRIKÍ

FOTOCOMPOSICIÓN

Y PRODUCCIÓN:

Gráficas Olimpia, S. L. Tfno.: (95) 585 29 40

FE DE ERRATAS: El artículo "Horizonte y objetivos de la reforma: la escuela comprensiva y la enseñanza secundaria obligatoria" del n.º 41 aparece firmado con el nombre de Carmen García Nieto cuando debería figurar a nombre de Carmen Gómez Nieto.

Y TÚ ¿CÓMO LO MIRAS?

Isabel M^o Gallardo Fernández *
y Mercedes Mingo Gabriel *

En las aulas de Educación Infantil podemos trabajar cualquier tema siempre que demos oportunidad a nuestro alumnado de expresar sus ideas, las escuchemos e interpretemos y a partir de ahí organicemos entre todos el trabajo.

Con este artículo se pretende dar a conocer la experiencia llevada a cabo en dos aulas de 2^o de Preescolar de diferentes centros públicos de Valencia al plantearnos trabajar en lectura y escritura variedad de textos, entre ellos los "anuncios". No queríamos sólo hacer anuncios sino aprovechar todos los recursos que la Publicidad nos ofrece. A través de la Publicidad podemos incidir además en otros temas.

Nuestra intención al trabajar la lectura y la escritura utilizando entre otros medios, el mundo publicitario, es doble:

—Por un lado, analizamos e intentamos hacer críticas/os a las niñas/os ante los mensajes publicitarios.

—Por otro, aprovechamos el bombardeo publicitario en el aprendizaje de la lectura y la escritura

La publicidad está presente directa o indirectamente en los ámbitos donde el niño se desenvuelve. El niño y la niña se mueven en un ambiente saturado de mensajes publicitarios, algunos van dirigidos directamente a ellos y son emitidos por TV en las horas de mayor audiencia infantil. En determinadas épocas del año (Navidad, Reyes, verano, etc....) estos mensajes se intensifican. Y esto lógicamente repercute en el alumnado. Con frecuencia los niños y las niñas nos muestran la marca de un determinado producto comestible, de juegos o de ropa o nos dicen el coche o el electrodoméstico que sus padres

quieren comprar. Ellos hacen referencia a los anuncios que ven y oyen en TV, también a los que ven en las vallas publicitarias, las revistas, etc...

Nuestro alumnado trae a clase catálogos de juguetes y nos dicen el que ellos se "van a pedir" y dónde irán a comprarlo y con quién. También nos muestran pegatinas de productos comestibles pidiéndonos que les leamos lo que allí pone para saber si tiene premio.

En todo este trabajo hemos pretendido dar un uso funcional a la lectura y escritura. El material que se utiliza en la clase es, un material escrito no elaborado expresamente con intención didáctica pero si cercano a nuestro ambiente. Hemos de prever espacios para organizar dichos materiales, el alumnado ha de poder utilizarlos de forma autónoma. Se trata de, partiendo de los intereses del alumnado, ir avanzando en el proceso de construcción del aprendizaje.

"Partir del pensamiento infantil facilita la educación y la enseñanza. Dejan de

decir "no se" y se ponen a pensar cómo escribir, cómo reconocer una palabra. Pueden pensar y su reflexión es entendida y estimulada".¹

Cada niño y niña tiene un ritmo, una experiencia previa distinta. Las situaciones de aprendizaje que se proponen no exigen que todo el alumnado responda al mismo nivel.

Para iniciar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la lectura y la escritura vamos a partir de dos supuestos básicos:

1.- Qué los niños y las niñas de Educación Infantil no comienzan de cero sino que tienen ya un conjunto de conocimientos adquiridos.

"El conocimiento acerca de lo escrito comienza mucho antes de que la escuela enseñe".²

2.- Qué la adquisición de estos conocimientos no implica un proceso de incorporación directa del saber.

Miramos la publicidad porque está presente en el medio que nos rodea y nos atrae, nos impacta y nos invade. No podemos disociar en la imagen su valor de atención de su valor de comunicación.

Ésta, no es una propuesta que damos por terminada —ni que haya que realizar paso a paso— sino que se habrá de ir modificando en función del alumnado, del profesorado y la realidad sociocultural en que nos encontremos.

Vamos a mirar con nuestro alumnado la publicidad y al hacerlo pretendemos por un lado, saber que es lo que ellos ven cuando miran la publicidad y por otro, hacer que esa mirada vaya más allá, analice los mensajes que le llegan, y vayan siendo autónomos en la toma de decisiones.

* Asesoras de Educación Infantil CEP de Godella y Valencia (Valencia)

tantea

¿QUÉ MIRAMOS?

MIRAMOS

Catálogos de productos alimenticios, de ropa, de muebles, electrodomésticos, objetos de regalo, etc.

Estos catálogos están en clase como material de aula y en concreto en la Biblioteca (son aportados por la maestra, el alumnado, etc.).

MIRAMOS y al hacerlo:

a). Diferenciamos dibujos, letras, números, ...etc.

b). Comentamos lo que cada uno/a tiene delante y entablamos un diálogo.

b.1.) Identifica las letras, nos dice el nombre de las mismas, si alguna está en su nombre, o en el de alguna persona de su clase.

b.2.) Lee lo que está escrito: nos encontramos alumnado que descifra el texto y otros/as que anticipan el texto en función de la imagen.

b.3.) Identifica los números y explica la utilidad de los mismos, si es el precio, si cuesta mucho, etc....

b.4.) Nos dice lo que representa un dibujo, y nos da su opinión del mismo:

Si le gusta, si lo ha comido alguna vez, si es caro o barato, dónde lo compran, en que lugar de su casa lo tiene, quién lo utiliza, por qué, ...

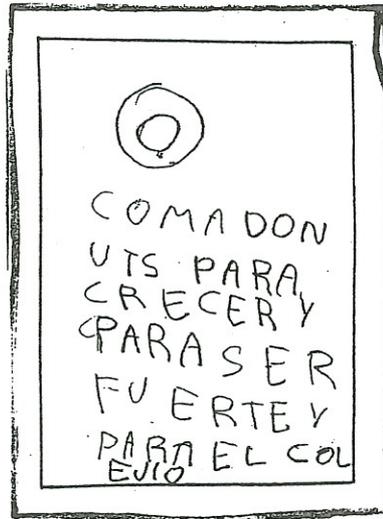
b.5.) Escribe el nombre y alguna característica del producto.

c). Identifican por el anagrama el establecimiento que anuncia esos objetos, copian el nombre del establecimiento, o lo escriben espontáneamente.

MIRAMOS

Anagramas de catálogos, logotipos de canales de TV, bolsas, envoltorios de establecimientos cercanos o de otros de sobra conocidos por el alumnado, así como de productos alimenticios o de limpieza.

Partiendo de los signos que el alumnado reconoce en el Anagrama se pueden iniciar en el Proceso de la lectura y la escritura.



COMA DONUTS PARA CRECER Y PARA SER FUERTE Y PARA EL COLEGIO



COME GALLETAS TOSTARICA SON MUY RICAS, TE DAN UNA PEGATINA



VIAJE EN AUTOBUS

Actividades posibles a realizar:

–Observación de todos los anagramas y diálogo sobre lo que vemos (actividad realizada en gran grupo).

–Cada niño y niña elige el anagrama que quiera, lo recortan, lo pegan en un folio y escriben el nombre. Dibuja algo que le han comprado o que vendan en el establecimiento.

–Establecemos un diálogo en torno a la actividad realizada y cada uno/a nos cuenta:

¿Quién le llevó a la tienda?

¿Qué medio de locomoción emplearon?

¿Si van muy menudo?

¿Qué más cosas puedes comprar allí?

¿Por qué compran allí o por qué no?

¿Para qué se usa?, etc...

–A partir del nombre que figura en los distintos anagramas y después de haberlos trabajado, se construyen nuevas palabras y es un material que a partir de ese momento tendremos en la clase como referente de información.

MIRAMOS

Revistas, periódicos y buscamos los anuncios, recortamos algunos y los clasificamos en carpetas según que:

Anuncien medios de locomoción, juguetes, ropa (invierno-verano), productos para la higiene corporal, productos de limpieza, electrodomésticos, muebles, establecimientos, viajes, fiestas, etc. Ponemos el título a cada carpeta.

–En otra sesión analizaremos cada una de las carpetas que hemos confeccionado y hacemos agrupaciones, por ejemplo: de ropa de verano, de invierno, de hombre, de mujer, de ropa interior, para ir de fiesta, de ropa deportiva, para dormir, etc.

–Elegimos un anuncio y sobre él trabajamos (cada uno/a tiene una copia). Decimos lo que se anuncia, leemos lo que está escrito. Comentamos el anuncio y al hacerlo vamos deduciendo las características de este tipo de texto, al igual que hacemos cuando trabajamos otros textos: títulos, cuentos, listados, poesías, pareados, adivinanzas, listados, carta, descripciones, recetas de cocina, etc....

"Trabajando con textos de uso social además, los niños y las niñas aprenden el lenguaje escrito de verdad, tal como es, con todas sus características, con su complejidad léxica, morfológica, sintáctica y semántica".³

Añadimos cosas que nosotros sabemos del producto y el anuncio no nos dice y las vamos escribiendo. Los niños van aportando sus ideas, sus conocimientos,...etc, en la conversación se van diciendo aspectos negativos y positivos del producto. Se trata de que piensen, ellos, no de que se adapten a lo que nosotras pensamos. Entre todos y todas nos damos cuenta que sabemos más cosas de las que el anuncio nos dice sobre el producto.

Después de leer las cosas que hemos dicho llegamos a la conclusión de que en el anuncio sólo se dicen aspectos positivos pero si nosotros "miramos más allá del anuncio", pensamos y reflexionamos, podremos ser críticos en la toma de decisiones. Podremos comprar o no ese producto, no por lo que me dice el anuncio sino porque hemos mirado, analizado, comparado y sacado nuestras propias conclusiones.

-De entre el material de clase cada uno/a elige un dibujo, lo recorta, lo pega en un folio y escribe cosas de ese objeto.

Hace un anuncio, nos cuenta lo que le gusta o no de él.

-El alumnado crea su propio anuncio: desde elegir el producto, realizar el diseño, poner el texto, etc.

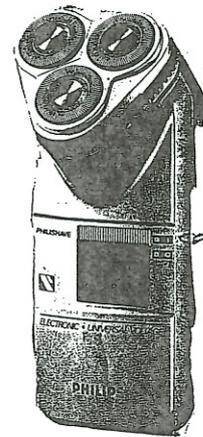
MIRAMOS

Envoltorios de alimentos, de productos de consumo infantil, etc., que el niño/a trae con relativa frecuencia a clase.

Utilizando estos envoltorios van diciendo cualidades y características del producto. Cada cual aporta una idea y sacamos conclusiones, mediante ellas intentamos crear BUENOS HÁBITOS ALIMENTICIOS.

-Entregamos al alumnado una fotocopia del envoltorio elegido, ellos y ellas van diciendo frases sobre el producto.

Elegidas las frases que hacen referencia al producto, son escritas en la pizarra por parte de los niños y niñas. Posteriormente son leídas y



es electrica Funciona

apretando el uno

solo vale 5 PTAS mira que Barato

ES ELECTRICA, FUNCIONA APRETANDO EL UNO
SOLO VALE 5 PTAS. MIRA QUE BARATO

copiadas en el folio (siempre pueden construir otras nuevas).

-Dado el envoltorio trabajan por parejas: confeccionan un anuncio.

MIRAMOS

la ortografía en los anuncios, anagramas, nombre comercial de los productos, en las vallas, en los nombres de los establecimientos, etc.

-En la publicidad a veces nos encontramos que para llamar la atención de las personas se utilizan ortografías incorrectas, surge el conflicto cuando el alumnado lo escribe correctamente y al compararlo con el nombre del anuncio, cartel, establecimiento, etc. comprueba que no está escrito con las mismas letras. Mediante esta situación se provoca una discusión entre ellos/as que en ocasiones nos lleva a conflictos: ¿Dónde está bien escrito?, ¿cómo se escribe?...etc

"Los niños y las niñas se intercambian información con el fin de dar cierta "consistencia" a su escritura. Gracias a estos intercambios se pueden socializar conocimientos de quienes están trabajando con hipótesis más avanzadas. Este hecho genera potencialmente conflictos y puede llevar a algunos niños y niñas hacia un progreso conceptual".⁴

MIRAMOS los/las protagonistas de los anuncios.

-Seleccionamos anuncios de revistas, periódicos, etc. y miramos qué personas aparecen en ellos y hacemos grupos por:

- sexo
- edad
- complejión
- guapo/feo, etc.

- Después de hacer los grupos los comparamos. Vemos que hay cantidad de anuncios en los que aparecen hombres, comentamos sobre:

¿Cómo son? ¿Qué anuncian?...etc.

También en los que aparecen mujeres:

¿Cómo son? ¿Qué anuncian? ¿Se parecen a las personas que conocemos?...etc.

-Cambiamos el protagonista del anuncio, hablamos y sacamos conclusiones.

MIRAMOS

el contenido y el nombre publicitario (marca). A veces los niños/as no llaman al contenido por su nombre sino por el de la marca publicitaria más conocida. La actividad consiste en seleccionar todos los tipos de productos que existen en el mercado de distintas marcas y examinamos el CONTENIDO.

-Escribimos el nombre del producto.

tantea



QUESITOS

MIRAMOS

un anuncio y analizamos si el mensaje fomenta buenos o malos hábitos de:

- Alimentación.
- Higiene y protección dental.
- Respeto a los demás.
- Comportamiento, etc....

—Dialogamos entre todas/os sobre la utilidad de estos anuncios y los beneficios que nos aportan (todo esto queda reflejado por escrito).

MIRAMOS

un anuncio o catálogo y vemos si lo que allí se anuncia, se adapta o no a la realidad. Hemos de aprender a elegir: es importante que no se conformen con la información que les proporcionan los medios de comunicación. Han de observarlos en la realidad y comprobar su tamaño, color, si tienen pilas o no, si son frágiles, etc.

MIRAMOS

la publicidad y vemos niñas/os (personas) diferentes a nosotros:

- en cuanto a las actividades que realizan,
- en cuanto a las posibilidades de desarrollarse:

ONCE, UNICEF, Manos Unidas, Ayuda en Acción, etc....

—Dialogamos sobre el tema: hablamos de ¿cómo viven?, ¿en qué trabajan?, ¿de dónde son?, etc. ¿Qué problemas tienen, ¿cómo podemos ayudarles?,...etc.

Después de realizadas estas actividades enunciamos algunas conclusiones:

•Trabajando la lectura y la escritura con un enfoque constructivista los niños y las niñas trabajan reflexivamente, aprenden entre ellos. Todos avanzan, cada uno según sus posibilidades y a cada uno se le reconocen los logros conseguidos.

•Los niños y las niñas aprenden a identificar, diferenciar y contrastar los anuncios

•A través de todas las actividades anteriores el alumnado recibe información de diferentes tipos de letra.

•Trabajando la publicidad hemos incidido también en temas tales como: sexismo, higiene, alimentación, diversidad, solidaridad,...etc.

•Intentamos en nuestro trabajo aprovechar lo que la sociedad de consumo nos brinda y junto con nuestro alumnado razonar y analizar los mensajes que nos llegan y no aceptarlos sin más.

"Inmerso en un mundo donde los sistemas simbólicos socialmente contruidos están presentes, el niño/a intenta comprender la naturaleza de esas marcas especiales y va descubriendo las propiedades de los sistemas simbólicos a través de un largo proceso constructivo".⁵

•Las niñas y los niños se enfrentan bien pronto a esa presión publicitaria continua, y lo que nosotras hemos pretendido es acompañar al niño y a

la niña en el proceso de aprendizaje facilitando con nuestra intervención y actitud el que aprenda a desarrollar sus estrategias defensivas y a situarse creativamente ante estos lenguajes metafóricos y seductores.

•Mediante estas experiencias en el grupo se realiza una socialización de la Lectura y Escritura. Los niños y las niñas se ayudan entre ellos resolviendo los problemas que se plantean y acudiendo al adulto solo cuando ellos no encuentran la solución.

•La actitud del docente es importantísima, hemos de escuchar a nuestro alumnado, dejarles tiempo para pensar, ayudarles a explicitar sus ideas, valorarlas y tenerlas en cuenta.

•La colaboración con las familias ha sido importante para llevar a cabo esta experiencia. Nos parece que las reflexiones y diálogos que los alumnos pueden tener con sus respectivas familias en las diferentes situaciones de la vida familiar son muy aprovechables en el ámbito escolar.

BIBLIOGRAFÍA

AAVV. *Leer y escribir*. Tomo I. Edit. Edelvives. Madrid, 1995.

FERREIRO, E. Y GOMEZ PALACIO, M.: *Nuevas perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura*. Edit. Siglo XXI. Madrid, 1990.

FERREIRO, E. Y TEBEROSKY, A.: *Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño*. Edit. Siglo XXI. 5ª edición.

FERREIRO, E. Y TEBEROSKY, A.: "La comprensión del sistema de escritura: construcciones originales del niño e información específica de los adultos" en *Lectura y vida I* (1981)

TEBEROSKY, A.: *Aprendiendo a escribir*. Edit. Horsori. Barcelona, 1992.

VICTOROFF, DAVID: *La Publicidad y la Imagen*. Edit. Gustavo Gili. Barcelona, 1980.

NOTAS

1 AAVV. *Leer y escribir*. Tomo I. Edit. Edelvives. Madrid, 1995. p. 82

2 TEBEROSKY, A.: *Aprendiendo a escribir*. Edit. Horsori. Barcelona, 1992. p. 72

3 IBID. p. 59

4 FERREIRO, E. Y GOMEZ PALACIO, M.: *Nuevas perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura*. Edit. Siglo XXI. Madrid, 1990. p. 170

5 FERREIRO, E. Y TEBEROSKY, A.: "La comprensión del sistema de escritura: construcciones originales del niño e información específica de los adultos" en *Lectura y Vida I* (1981) p. 6