

CONTENIDO 2. LAS MODAS EDUCATIVAS

2. LAS MODAS EDUCATIVAS

Es muy habitual que, a lo largo de la carrera profesional, los docentes busquen recursos, métodos o herramientas nuevas que permitan mejorar su práctica y contribuyan así a optimizar el aprendizaje de los estudiantes. La creciente introducción en las aulas de formas diferentes de agrupamiento o de nuevas herramientas de evaluación son solamente algunos de los numerosos ejemplos que reflejan este hecho. El término innovación educativa se refiere precisamente a aquellas ideas, prácticas, productos o servicios que modifican el sistema en el que se introducen (Carrier, 2017). Una innovación siempre es percibida como nueva por parte de una institución, aunque objetivamente no tenga por qué serlo (Rogers, 1995). Ocurre, sin embargo, que algunas innovaciones educativas tienen un recorrido muy corto dentro de los centros. Y, más importante aún, que no cuentan con pruebas sólidas sobre su eficacia. Son las llamadas **modas educativas** y en las siguientes líneas las abordaremos en profundidad.

Durante la década de los 90, en cientos de aulas de educación infantil de nuestro país, comenzó a destinarse un tiempo de clase a que los escolares recorrieran colgados escaleras horizontales con la ayuda de sus manos y gatearan y reptaran por los pasillos de sus aulas. Esta práctica, que podría naturalmente entenderse como una forma de promover el ejercicio físico, tenía como fin último estimular las conexiones neuronales para maximizar el potencial de los más pequeños. Se trataba del método Doman. A día de hoy, muchos centros escolares han abandonado esta práctica “de estimulación temprana” sin tener constancia de que haya marcado una diferencia entre el alumnado. Por el camino, se ha perdido un tiempo siempre valioso y su creador ha acumulado numerosas críticas por parte de la comunidad científica, que tacha sus bases teóricas sobre la evolución del cerebro de anticuadas y simplistas (American Academy of Pediatrics, 1982, 1999).

En ocasiones los cambios pueden incluso alcanzar los currículos oficiales y la normativa de referencia. Es el caso de la introducción de la “Matemática Moderna” en los planes educativos derivados de la Ley General de Educación (1970): la famosa EGB. Se pretendía con esta corriente enseñar todos los fundamentos de matemática desde la teoría de conjuntos. Fue la época de oro de los diagramas de Venn y un completo fracaso que fue reconducido en los programas renovados y totalmente desechado con la llegada de la LOGSE.

“Desde el punto de vista matemático: se dio excesiva importancia a los elementos de teoría intuitiva de conjuntos, considerados como un fin en sí mismos y no como un medio para entender mejor los números. Se creó así una separación entre la «matemática moderna» y la «matemática tradicional» que confundía a los niños, se descuidó notablemente el cálculo y se abandonaron las cuestiones geométricas intuitivas” (Sierra Vázquez, s.f.).

Podemos definir una **moda educativa** como un cambio que se introduce con vehemencia en un centro, cuenta con pruebas nulas o deficitarias sobre su eficacia y desaparece en un tiempo más o menos extenso sin dejar ningún rastro de haber contribuido al aprendizaje de los alumnos. Bajo esta definición, todos los ejemplos antes descritos pueden tildarse de moda educativa. La prevalencia de las modas en los centros escolares supone siempre un coste de oportunidad ya que implica desviar recursos, tiempo y esfuerzo a prácticas infundadas en vez de destinarse a aquellas con eficacia probada. En el caso de los estudiantes más vulnerables, puede además advocarlos al fracaso académico. Por último, las modas pueden contribuir a hacer a la comunidad educativa más resistente a nuevas ideas y a poner en cuestión el juicio de sus líderes (Birnbaum, 2000). Ante este escenario, resulta crucial que los docentes cuenten con herramientas para diferenciar entre innovaciones educativas valiosas e informadas desde la investigación y aquellas pasajeras que simplemente suenan bien (Carrier, 2017). El objetivo de esta píldora es precisamente ayudar a los docentes identificar algunas señales de alerta ante una posible moda educativa.

¿Qué estrategias suelen emplearse para difundir las modas educativas?

Los medios que suelen utilizarse para difundir las modas educativas son muy diversos e incluyen desde cursos de formación continua, blogs y webs educativas hasta congresos y revistas de divulgación, periódicos o redes sociales como Twitter o Facebook, entre otros. A su vez, los agentes que pueden contribuir a popularizar una moda educativa son compañeros de oficio, profesionales independientes, consultores o periodistas por poner solamente algunos ejemplos. Ojo, difundir una moda no siempre implica voluntad de hacerlo. Dada la gran diversidad de canales y agentes de difusión posibles, el lector deducirá la importancia que tiene hacer siempre una lectura crítica de cualquier propuesta educativa que llegue a los centros escolares.

A la hora de difundir una moda educativa, ciertas técnicas de persuasión destacan por encima del resto (Carrier, 2017). Así, es muy común que se recurra a:

- El atractivo de la propuesta. Esto es, si resulta profesional en el formato, personalizada y/o divertida.
- El empleo de un lenguaje descriptivo y centrado más en apelar a las emociones del receptor que en aportar datos objetivos y medibles.
- El uso de anécdotas basadas en experiencias personales o ajenas y de estudios de investigación informales, de muy baja calidad metodológica, para justificar el valor de la

propuesta.

- La credibilidad percibida de las fuentes de las que procede la información. Concretamente la comunidad educativa prefiere recurrir a fuentes conocidas, o de las que ha oído hablar, y que provienen de ámbitos informales más que formales.

En el lado opuesto, es altamente improbable que se usen técnicas de persuasión dirigidas a aportar las pruebas científicas disponibles que avalan la eficacia de la propuesta o que imponen ciertos límites o condiciones a sus beneficios (por ejemplo: “esta propuesta arroja buenos resultados, y por tanto es recomendable, entre el alumnado de secundaria pero no entre el alumnado de primaria.”).

¿Qué fases sigue una moda educativa?

Junto con las técnicas de persuasión empleadas, otra pista valiosa de la que pueden valerse los docentes para detectar una moda educativa es la trayectoria de la misma, esto es, las etapas que sigue. Aunque no todas las propuestas siguen un recorrido idéntico, en líneas generales podríamos decir que las modas educativas pasan primero por una fase de auge para caer después en una fase de recesión o enfriamiento (Slavin, 1989). A su vez, cada una de estas fases, se divide en una serie de etapas. Durante la fase de auge:

1. Se lanza la propuesta. La idea inicial suele lanzarse a través de una revista popular en materia educativa o mediante la publicación de un libro.
2. Se pone en práctica en un puñado de centros escolares y los resultados preliminares se publican en forma de informes sospechosamente buenos. Estos estudios suelen ser muy endebletes a nivel metodológico y las mejoras obtenidas son a menudo anecdóticas y de corto alcance.
3. La propuesta se expande a otros centros escolares entusiastas de la innovación.
4. La propuesta se convierte en tendencia entre los responsables de la formación del profesorado, inspectores de educación y otros profesionales cuya función principal es presentar las innovaciones más recientes en los centros escolares.
5. Por último, la propuesta termina expandiéndose rápidamente al resto de centros escolares a través de breves talleres impartidos o bien por los propios creadores del método o bien por formadores profesionales (que, a menudo eran expertos en otra cuestión completamente diferente en cursos anteriores) o bien por personal del centro formado ex profeso para ello.
6. Cuando el programa está en plena expansión, comienzan a hacerse evaluaciones rigurosas de su eficacia. También ocurre con frecuencia que, a estas alturas, el interés por el método ya ha disminuido y es otra moda la que ha comenzado a despertar entusiasmo entre el profesorado.

Mientras que en la fase de recesión:

1. Entre los centros más innovadores, que fueron los pioneros en adoptar la propuesta, empieza a despertar entusiasmo una nueva iniciativa.
2. Comienzan a aparecer las primeras críticas hacia la propuesta.
3. Las primeras evaluaciones de la propuesta arrojan resultados decepcionantes, si bien puede deberse a los fallos metodológicos de los primeros estudios.
4. Los promotores de la propuesta justifican los resultados decepcionantes por una deficiente implementación de la misma.
5. El interés hacia la propuesta decae y gradualmente descienden los centros que continúan con ella.
6. Se publican estudios rigurosos, síntesis de los estudios realizados hasta el momento y otro tipo de estudios en revistas científicas. Sin embargo, sus hallazgos y conclusiones llegan demasiado tarde.

Una de las razones por las que las modas educativas continúan yendo y viniendo como un péndulo es que en raras ocasiones se demanda o se espera a que haya pruebas contundentes sobre su impacto en el aprendizaje antes de adoptarlas a gran escala (Slavin, 1989). De ahí, la importancia que tiene incluir la investigación científica en el proceso de toma de decisiones. Aquí conviene aclarar que apostar por una educación informada desde la investigación no consiste en prescribir a los profesores lo que deben hacer a través de una especie de libro de recetas (Goldacre, 2013; Wiliam et al., 2004). Más bien, este enfoque consiste en emitir juicios informados en base a los valores, las necesidades, los recursos, las prioridades y la experiencia acumulada de los profesionales de la educación y también a la luz de las pruebas que aporta la investigación en materia educativa (Chalmers, 2005). A día de hoy, existe una brecha muy importante entre la práctica y la investigación educativa que impide una colaboración y comunicación estrecha entre investigadores y docentes y dificulta la adopción de un enfoque de la educación informada desde la investigación en los centros escolares. Mientras esto ocurre, es aconsejable que el profesorado demande las pruebas científicas que justifican la introducción en las aulas de una nueva propuesta educativa. Pueden usar preguntas guía como: cuántos estudios científicos hay detrás de la propuesta; de qué calidad son; dónde se pueden consultar; quién los ha realizado (por si hay conflicto de intereses); qué beneficios y limitaciones tiene la propuesta. (Para obtener información más detallada, ver Infografía “Cómo valorar propuestas educativas”, en la píldora 1.3).

Conclusiones

Es muy probable que a lo largo del ejercicio profesional, bajo el noble deseo de introducir innovaciones de valor y duraderas en el aula, los docentes se topen con alguna moda educativa. Como hemos destacado a lo largo de esta píldora, una moda educativa carece de pruebas sobre su eficacia y desaparece con la misma facilidad con la que irrumpe en el sistema escolar sin aportar ninguna mejora reseñable pero suponiendo una pérdida de tiempo, esfuerzo y, en muchas ocasiones, también de dinero. Por ello, es muy importante que los docentes aprendan a identificar las principales características de las modas educativas, así como el ciclo de vida que suele seguir. Por último, sería muy positivo para la educación que

las modas educativas fueran tratadas como tal e incorporadas a la sabiduría colectiva de los centros escolares (Rifkin, 1994).

Para saber más: referencias

American Academy of Pediatrics (1982). The Doman-Delacato treatment of neurologically handicapped children. *Pediatrics*, 70, 810-812.

American Academy of Pediatrics (1999). The treatment of neurologically impaired children using patterning. *Pediatrics*, 104, 1149-1151.

Birnbaum, R. (2000). The life cycle of academic management fads. *The Journal of Higher Education*, 71, 1-16.

Carrier, N. (2017). How educational ideas catch on: The promotion of popular education innovations and the role of evidence. *Educational Research*, 59, 228-240

Chalmers, I. (2005). If evidence-informed policy works in practice, does it matter if it doesn't work in theory? *Evidence and Policy*, 1, 227-242.

Goldacre, B. (2013). Building evidence into education. CORE.

<https://core.ac.uk/download/pdf/9983746.pdf>

Rifkin, G. (1994, September/October). When is a fad not a fad? *Harvard Business Review*, 11.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. (4th ed.). New York: Free Press.

Sierra Vázquez, M. (s.f.) La Enseñanza de la matemática en la E.G.B. en España (1.970-1985) Disponible en

https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/68974/La_ensenanza_de_la_matematica_en_la_EGB.pdf

Slavin, R. E. (1989). PET and the Pendulum: Faddism in Education and How to Stop It *The Phi Delta Kappan*, 70, 752-758.

William, D., Lee, C., Harrison, C., & Black, P. J. (2004). Teachers developing assessment

for learning: Impact on student achievement. *Assessment in Education Principles Policy and Practice*, 11, 49–65.

Autoras

Marta Ferrero:

Licenciada en Psicopedagogía y doctora en Psicología. Ha trabajado como maestra de Educación Infantil y orientadora y ha impartido docencia en la Universidad de Deusto y la UOC, actualmente trabaja en la Universidad Complutense de Madrid. Su investigación se centra en analizar la evidencia tras diferentes métodos educativos.

Fátima G-Doval:

Diplomada en Magisterio por la Universidad de Santiago de Compostela y Licenciada en Filosofía y CC. de la Educación por la UNED, Doctorada en Didáctica e Innovación por la USC. Ha tenido diversas responsabilidades en materia de educación en Galicia.



Revision #4

Created 12 November 2024 12:45:08 by Juan Francisco Zamora

Updated 20 November 2024 18:23:03 by Silvia Coscolin Sanchez