

La nueva escuela digital

By Antonio Rodríguez

Los medios digitales dan lugar a un replanteamiento de la política de promoción automática, dentro de un nuevo modelo de escuela digital.

La promoción automática fue una política de promoción estudiantil que surgió dentro de los planteamientos del programa Escuela Unitaria que apareció a partir de la década de 1960 en Colombia, entre otros países de América Latina, como México y Venezuela. Dicho programa apareció como una política para disminuir los problemas de reprobación escolar, deserción y baja calidad de la educación primaria en zonas rurales.

El modelo de escuela unitaria y de promoción automática, fue puesto en práctica en países de América Latina a partir de 1961 y ratificado en 1967, año en que la UNESCO recomendó el modelo, en la primera reunión internacional de ministros de educación realizada en Viena.

La Escuela Unitaria era una escuela abierta, sin las dificultades generadas en la lógica de aprobación y promoción, entendiendo que las poblaciones infantiles de las zonas rurales mostraban condiciones atípicas en sus intereses, motivaciones y medios de acceso a la escuela. En la escuela tradicional la aprobación es el motor del ejercicio educativo, por cuanto la función de la evaluación se concentra en la aprobación como indicador de promoción. En el contexto de la Escuela Unitaria la situación fue diferente, ya que la promoción individual era automática, de manera tal que los estudiantes podían avanzar en los cursos de acuerdo a sus capacidades; el modelo buscaba también que aquellos niños que llegaran atrasados en edad al sistema educativo, tuvieran la oportunidad de avanzar más rápidamente y recuperar el tiempo perdido. Cada estudiante podía llevar el proceso educativo a su ritmo y responder a las condiciones derivadas de la estructura socio-económica rural.

Posteriormente, en la década de los años 70, apareció el modelo pedagógico de la Escuela Nueva en Colombia, que surgió como respuesta a las mismas necesidades de las zonas rurales, donde gracias a la baja tasa de matrícula de estudiantes en estas zonas, la contratación de un docente para cada curso se hizo inviable. De allí surgió el maestro multigrado; aunque esta estrategia viabilizó la contratación y la cobertura, perjudicó la calidad y eficiencia de la educación.

Ante la anterior situación, un grupo de pedagogos de la Universidad de Pamplona, basados en las teorías de la Escuela Activa, diseñaron una serie de materiales educativos en forma de guías, con la intención de generar un aprendizaje autónomo en los estudiantes que dominaban la lectoescritura, fundamentado en actividades didácticas. La idea era transitar por las áreas del conocimiento, de manera que el maestro tuviera espacio para atender a los niños que aún no sabían leer ni escribir, asesorar a los lectoescritores y potenciar la interacción social entre los niños, beneficiando el aprendizaje colaborativo.

Este modelo de Escuela Nueva fue ensayado en las zonas rurales con unas características particulares: los niños de primero a quinto de primaria, ubicados en grupos de 4 ó 6 se reunían en una gran aula y en una mesa redonda. Cada uno tenía la guía que le correspondía de acuerdo con su nivel de grado y el docente adquiría un nuevo rol: era el facilitador del aprendizaje de los niños.¹

A pesar de las dificultades que supuso el modelo autónomo de la escuela nueva en la calidad del aprendizaje, debe resaltarse que planteó la posibilidad de una escuela flexible que reconocía que los niños de las zonas rurales tienen tiempos diferentes a los de las zonas urbanas. Por ejemplo, en épocas de cosecha es común que los niños deban ausentarse, pues su modelo socioeconómico requiere del trabajo de estos jóvenes en las actividades productivas de sus familias. Este modelo supuso una estructura que permitía al niño ir acabando su guía, de manera que pudiera promoverse a otro nivel sin esperar a los demás. Al regresar a la escuela tras un periodo de inactividad encontraría su guía en donde estaba y continuaría con su aprendizaje.

Tras las experiencias de la Escuela Unitaria y la Escuela Nueva, la promoción automática pasó finalmente a convertirse en norma nacional en el año de 1987 de la mano del decreto 1469 de 1987,² donde se impuso dicha estrategia de promoción para la básica primaria, partiendo del supuesto de que transformaciones en la evaluación y la promoción automática conllevarían a cambios en el aprendizaje y en la enseñanza y en los roles de docentes, estudiantes e instituciones.

El modelo de promoción automática se basó en una estrategia exclusivamente administrativa de la estadía del individuo en la escuela, modificando esencialmente la escala de evaluación y la estructura de los informes de desempeño escolar. Las herramientas brindadas por el modelo fueron insuficientes y derivaron en el fracaso. Finalmente el decreto 1469 fue derogado por la Ley 115 de 1994, dando paso a otros modelos de evaluación y promoción que no vienen al caso para este texto. Lo claro es que la promoción automática parece no haber mejorado la calidad educativa durante los años que estuvo vigente.³

La Escuela Nueva digital

Hablar de la Escuela Nueva como modelo pedagógico supone la implementación en el sistema educativo de tres paradigmas fundamentales: el docente facilitador, la promoción automática y el material de autoaprendizaje. Mencionar lo digital como tecnología y como medio, resulta en una posibilidad interesante que consiste en afirmar que las nuevas tecnologías digitales de información y comunicación son el lugar apropiado para la existencia de un verdadero modelo escolanovista, ya que las tecnologías digitales permiten la existencia de objetos virtuales para el aprendizaje (OVAS), que carecen del problema de la reproductividad de lo impreso. Por otro lado las redes sociales posibilitan múltiples dinámicas de interacción social.

La premisa de esta reflexión se encuentra fundamentada en la creencia de que el fracaso de la promoción automática se debe a que en su momento histórico, la escuela carecía de los medios e instrumentos para sistematizar un modelo de evaluación transversal a la

complejidad que supone el aprendizaje autónomo; en la medida en que cada individuo cuenta con una enorme singularidad con muchas variables a evaluar, lo que convirtió la tarea de la promoción automática en una tarea titánica.

Hoy en día, gracias a las tecnologías digitales, es posible pensar en el diseño de una escuela nueva digital, donde se potencie el acceso a los contenidos y materiales de estudio, pero adicionalmente se planteen nuevos escenarios de evaluación donde sea posible consolidar las experiencias en los diferentes espacios y unidades académicas, así como en los espacios de aprendizaje autónomo y de interacción social; de manera que a través del sistema pueda generarse un perfil completo del estudiante, que permita observar cuales son sus fortalezas y debilidades.

Desde este punto de vista, en nuestro momento histórico —una era de dispositivos y de conectividad en la que existen cuestionamientos sobre cómo y qué se aprende—, vale la pena preguntarse si es posible aplicar nuevamente la promoción automática. Ahora la tarea de sistematizar al individuo puede ser asumida por ordenadores y el facilitador podría incidir más en las necesidades educativas —a partir de resultados e informaciones procesadas sobre los individuos— sin la pesada carga de la aprobación y la promoción. Así el docente tendría más tiempo y espacio para diseñar mejores experiencias de aprendizaje.

Published on 25/08/2015

-
1. Ver artículo [Qué es Escuela Nueva](#).
 2. *Decreto Número 1469 de 1987*, en Diario Oficial año CXXIV No. 37.989 lunes 3 de agosto de 1987
 3. ROJAS. RUBIO, MANUEL, [Promoción automática y fracaso escolar en Colombia](#).

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/la-nueva-escuela-digital>

