

## LECCIÓN DE HUMANIDADES

## TRABAJO

## KIRA MAHAMUD ANGULO

Investigadora de Historia de la Educación de la UNED, acaba ser galardonada con el IX Premio Elisa Pérez Vera

## «Los manuales de la escuela franquista adoctrinaban emocionalmente a las niñas»

«NIÑAS DE ESPAÑA: Vosotras sois la más hermosa esperanza de la Patria. En vuestro corazón lleváis su grandeza o su ruina, como llevan las flores, bajo la delicada envoltura de los pétalos, las semillas de las que brotarán los frutos azucarados y olorosos. Clavad bien en vuestras entrañas el ansia incontenible de hacer a España cada día mejor. Porque ESPAÑA SERÁ LO QUE VOSOTRAS HAGÁIS DE ELLA». Éstas son las palabras del inspector de Enseñanza Primaria, Agustín Serrano de Haro en la VII edición de su manual escolar titulado *Guirnalda de la Historia. Historia de la cultura contada a las niñas. Libro de lectura para niñas mayores de 10 años*, de 1957. Se muestra, así, un claro ejemplo del contenido emocional presente en numerosos manuales escolares franquistas.

La investigación en curso, enmarcada dentro de los estudios llevados a cabo en el Centro de Investigación MANES de la UNED, tiene un objetivo multidimensional. Se trata de rescatar y resaltar la presencia de determinadas emociones en los manuales escolares de primaria autorizados durante el primer franquismo, prestando especial atención a la representación simbólico-emocional del universo de la maternidad

recogida en la metáfora de la madre patria.

Nos fijamos fundamentalmente en el lenguaje empleado en la redacción de los manuales. Se trata de un diálogo emocional destinado al despertar del sentimiento infantil más que al desarrollo cognitivo.

En particular, las niñas eran guiadas hacia el heroísmo y el orgullo de una maternidad dignificada, fenómeno a través



“El proceso de socialización política dictaba a quién amar y cómo, hasta guiarlas hacia una maternidad institucionalizada e impuesta”

del cual cumplirían con su deber y su obligación católica y patriótica, con y por amor a la madre patria.

Los manuales se distinguen en su forma de apelar al sentimiento en función del género textual y del contenido de enseñanza, pero la gran mayoría de los textos analizados apuntan a la estructura afectiva del niño y de la niña. Se convierten, no ya sólo en vehículos coadyuvantes del proceso de construcción de la realidad, sino en instrumentos moldeadores del ser y sentir de sus lectores, elaborando sistemas y estructuras afectivas.

Ante el deseo y la necesidad humana, más acusado tal vez en las primeras etapas del ciclo vital, de sentirse aceptado, valorado y reconocido, las niñas recibían instrucciones precisas de cómo ser una niña buena como paso previo a ser una buena madre.

Si bien no constituye una novedad el hecho de que los contenidos de enseñanza en el franquismo estuvieran impregnados de los nuevos valores del nacionalcatolicismo, tal vez sí lo sea el énfasis puesto en la dimensión sentimental del proceso de socialización política de la época, mediante el que se dicta a quién amar y cómo, hasta el punto de guiar a las niñas hacia una maternidad institucionalizada e impuesta. Podríamos atrevernos a afirmar, por tanto, que existió un adoctrinamiento emocional.



Un grupo de estudiantes acude al foro de empleo que organiza la Universidad Autónoma de Madrid cada año en busca de información. / ANTONIO HEREDIA

# Sólo el 12,4% de los estudiantes españoles quiere montar su negocio

EL 40,1% DE LOS UNIVERSITARIOS SUEÑA CON SER FUNCIONARIO. SIN EMBARGO, LAS UNIVERSIDADES PLANTEAN NUEVAS ALTERNATIVAS LABORALES COMO EL AUTOEMPLEO. SUS PROGRAMAS PARA EMPRENDEDORES CRECIERON UN 90% EN LA ÚLTIMA DÉCADA

### VIENE DE LA PÁGINA 1

Las estadísticas europeas en cuanto a emprendedores se encuentran a años luz de la mentalidad imperante en Estados Unidos. Allí, 67 de cada 100 ciudadanos se arriesga a montar un negocio. En la UE, el 50% opta por no iniciarlo si vislumbra el más mínimo riesgo. Además, el 60% de los europeos nunca se ha planteado crear una empresa.

Estas cifras han llevado a la Comisión Europea a promover el espíritu empresarial desde la escuela a través de las miniempresas, desarrolladas por estudiantes de secundaria para adquirir experiencia comercial.

Participan 200.000 alumnos cada año, que se encargan de elegir un artículo, financiar su producción, preparar un plan empresarial, venderlo y hacer la liquidación al acabar el curso.

Según el comisario de Industria, Günter Verheugen, el 20% de estos alumnos creará su compañía en un futuro. En España ya existen varios proyectos así. En Asturias, por ejemplo, Empresa Joven Europea figura como asignatura optativa.

La Comunidad de Madrid, en cambio, ha apostado por un curso dirigido a docentes de primaria y secundaria para que fomen-

ten el espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

En opinión de Fernando Alfaro, técnico del Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) de la Universidad Autónoma de Madrid, inculcar la cultura empresarial en la escuela ayudará a desmitificar el empleo por cuenta propia. El CIADE es pionero en su campo, ya que funciona desde 1998, cuando «casi predicaba en el desierto».

Su objetivo es facilitar las herramientas necesarias para la inserción laboral. Se dirige a tres tipos de beneficiarios: alumnos y licenciados (les informan sobre

autoempleo), profesores e investigadores (les ayudan a transferir sus trabajos) y el tercer sector.

Este último se dirige a colectivos sociales conflictivos, como drogadictos o reclusos. El CIADE intenta integrarlos a través de programas de asesoramiento, cursos sobre gestión empresarial, contabilidad, etcétera.

**PRIMERO, SENSIBILIZAR.** En los tres casos, la sensibilización forma parte de la primera fase. «Hay que promover la cultura empresarial como alternativa, ya que la gente no se la plantea por desconocimiento».

Para ello, los responsables del CIADE imparten charlas o cursos de simulación empresarial.

Segunda fase: formación. «Enseñamos estadística o cómo hacer un balance, porque quizá un ingeniero o un historiador nunca han estudiado eso».

Luego llega el plan de negocios, que consiste en la búsqueda de financiación, subvenciones o el alquiler más económico. En esta última fase, los emprendedores tienen un tutor que los guía en todo momento.

Las universidades no aportan dinero (a no ser que se trate de un premio), sino que ayudan a buscar fuentes de financiación y ceden sus instalaciones.

La Autónoma de Madrid es una de las universidades más prolíficas en cuanto a creación de empresas: más de 40 desde 1998. Sin embargo, la pionera es la Politécnica de Valencia, con 161, gracias al programa Ideas, en activo desde 1992. Le siguen la Politécnica de Cataluña (96) y la de Santiago (90).

Respecto al tipo de firmas que surgen en sus aulas, el 48% es de base tecnológica, el 25%, innovadora, y el 27% responde al tipo convencional. Sus promotores suelen ser ingenieros, ya que la mayoría de sus Proyectos de Fin de Carrera es susceptible de aplicación empresarial.

### UNIEMPRESA INCENTIVA EL RIESGO

Los programas-concurso son las fórmulas más exitosas para premiar la cultura de la empresa. Como muestra, Uniempresia, que se divide en tres fases. En la primera, se seleccionan las mejores iniciativas. La segunda consiste en un curso de formación para que los promotores de la idea desarrollen un plan de empresa. Todo, bajo la supervisión de profesionales. En la última fase, los trabajos participan en el foro Neotec del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), en el que están presentes un grupo de inversores que puede financiar su proyecto. «Se trata de dar unas guías para que los emprendedores resuelvan todas las dudas que les genere la puesta en marcha de su empresa», expresa María José Llamas, coordinadora de Uniempresia. El programa está financiado por el Grupo Santander, Universia (la mayor red de universidades del mundo), el Ministerio de Educación y el CDTI. Más información en: [www.uniempresia.es](http://www.uniempresia.es)