



Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Sistema de Información Científica

Trinidad Nuñez

Los profesores vistos por la prensa. De la realidad al mito social

Comunicar, núm. 12, marzo, 1999

Grupo Comunicar

España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801208>



Comunicar,

ISSN (Versión impresa): 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Los profesores vistos por la prensa. De la realidad al mito social

Trinidad Núñez
Sevilla

En el mundo actual, nuestro contacto directo con la realidad está marcado especialmente por la presencia de los medios de comunicación, hasta el punto que se afirma que la realidad social no es tal si no está mediada o narrada, apreciada o contada, evaluada o expuesta por ellos. Partiendo de este supuesto, la autora de esta colaboración analiza cómo son vistos los profesores por los medios de comunicación, en especial por la prensa diaria, a través de una sugerente investigación realizada en la Universidad de Sevilla.

1. La imagen social en la sociedad de la comunicación masiva

Es por todos aceptado que la sociedad actual no puede ser entendida sin los medios de comunicación de masas que, en gran medida, la configuran. A medida que los procedimientos y sistemas de comunicación se han ido desarrollando y se han convertido en medios de masas, su influencia se ha dejado sentir sobre un creciente número de personas, porque la mayoría de las personas que vivimos en este planeta tenemos la posibilidad de recibir a la vez los mismos mensajes (Jiménez, 1985). Las masas aparecen como tales con la Revolución Industrial, responsable de provocar movimientos migratorios de importancia: gran cantidad de trabajadores emigran a las ciudades dejando despobladas las zonas rurales. La

comunicación de masas no puede existir sin las masas, sin ellas no podríamos hablar de medios de comunicación. La comunicación de masas significa una *masificación* de la información y de la cultura (Urrutia, 1990; Munné, 1980). El fenómeno de la generalización de los medios de comunicación ha permitido, a nuestro juicio, la democratización de la información en una comunicación que ya todos llamamos «planetaria». Una de las consecuencias más claras es que consigue proporcionarnos unos instrumentos comunes que facilitan el diálogo entre culturas y sociedades. Otra consecuencia inmediata es una creciente homogeneidad. De esta manera, puede asegurarse que los medios, en alguna medida, tienden a hacernos más iguales. Sin embargo, se impone una reflexión: si esa igualdad (deseable) com-

porta también una uniformidad (no deseable si entendemos la palabra uniformidad en su sentido más peyorativo).

Si los detractores de los medios no han dejado de subrayar el poder manipulador que sustentan, tampoco han podido negar su contribución a la conciencia crítica del ciudadano, desde el mismo momento en que hizo su entrada en el mundo actual. Tomando esta perspectiva, los ciudadanos pueden sentirse sujetos-protagonistas en la construcción de los asuntos públicos.

1.1. Los medios de comunicación de masas y la realidad social: el profesorado

Se podría matizar la premisa, antes defendida, sobre la importancia presencial en la sociedad de los medios de comunicación. Podríamos llegar a decir que la realidad social no es tal si no está mediada o narrada, apreciada o contada, evaluada o expuesta por ellos. Es más, se podría llegar a decir que no es posible construir la realidad del mundo si no se cuenta con ellos. La política, la opinión pública en general e incluso la sensibilidad de las personas serían muy diferentes, casi seguro, sin su presencia. Si utilizamos la memoria histórica, podemos encontrar que los intentos de hacer que una comunidad entre en contacto con su realidad diaria (sobre todo si pensamos en el mundo rural o en comunidades religiosas) ha correspondido tradicionalmente a instrumentos como la campana (tocada para avisar que se podía acudir a misa o para informar de la existencia de algún peligro como el fuego) o elementos comunicativos muy simples, como el pregón o el bando. En el mundo actual, nuestro contacto directo con la realidad está también marcado por la información, pero una información que llega a través de otros «instrumentos» más elaborados y potentes: la radio, la prensa, la televisión...

Si los detractores de los medios no han dejado de subrayar el poder manipulador que sustentan, tampoco han podido negar su contribución a la conciencia crítica del ciudadano en el mundo actual.

Siguiendo un informe de la UNESCO podemos decir metafóricamente que los medios de comunicación son el sistema nervioso de las sociedades contemporáneas, porque resultan imprescindibles para sus actividades, en particular de índole económica, política y sociocultural. Así pues, podemos afirmar que «lo que los medios de comunicación de masas hacen es ofrecernos el presente social... Sin ellos, el presente social resultaría pobre, encogido...» (Gomis, 1991: 14).

En la actualidad todo se transforma de manera rápida, vertiginosa... y los medios de comunicación facilitan la asimilación de este cambio ofreciendo una información suficiente o provocando y estimulando a la sociedad para que busque (o solicite) esa información. La información así debe ser entendida como una necesidad de carácter social,

un servicio público (Mota, 1988). Y este aspecto queda resaltado en las sociedades urbanas donde la falta de espacios de intercambio social y la soledad son dos factores que contribuyen de forma extraordinaria a la «dependencia informativa»: al encuentro individual con la noticia televisada, radiada o leída a través de un diario.

Este encuentro «se convierte en un espacio propio, en un espacio íntimo que nos muestra buena parte de la realidad social a través de sus noticias, sus programas, emisiones, reportajes, etc.» (Bueno, 1996: 14).

En esto radica la importancia psicosocial de la información, porque es capaz de proporcionar, entre otros:

- Datos relativamente fiables sobre parcelas de la realidad.
- Un marco de referencia para evaluar nuestras opiniones sobre asuntos públicos.

La información, y por extensión la comunicación social, influye en el acercamiento de

las ideas tanto en los grupos de la misma sociedad como en los de sociedades diferentes, ya que la información no sólo tiene un contenido ideológico sino también de uso, de movilización y de organización.

Elevándonos a un cierto nivel de filosofía social, podríamos entender que el profesorado es, fundamentalmente, un representante de la sociedad. La profesión docente se desarrolla, evidentemente, en este marco y «la aceptación social y la valoración del éxito o el fracaso de una institución como la escuela depende, entre otras cosas, de las expectativas que la sociedad proyecte sobre ella» (Esteve, 1995: 260). Desde este punto de vista, este colectivo de profesionales debe ser consciente de que ha de ofrecer respuestas a una serie de demandas sociales, de expectativas de la sociedad. Por lo tanto, la sociedad le exige, espera de él, le pide... Y es aquí donde el panorama real de esas expectativas sociales, a través de un amplificador tan cualificado como el de los medios de comunicación de masas, se convierte en un elemento de inestimable valor para su análisis.

En esta línea, podemos plantear que los medios de comunicación en general –y particularmente la prensa– se convierten en instrumentos a través de los cuales la sociedad analiza y critica situaciones donde están presentes los docentes. Pero a la vez, la información canalizada refleja, de alguna manera, lo que la sociedad espera de ellos, produciéndose entonces una retroalimentación continua y dinámica. El profesorado debe conocer lo que está en el imaginario colectivo. El mito social es una realidad y genera una realidad. ¿Qué realidad es la que nos presenta la prensa sobre el profesorado español?, ¿qué dice la prensa sobre los

profesores?, ¿qué dice el propio colectivo profesional sobre sí mismo? Compartimos con los historiadores que detrás de un mito subyace siempre una serie de interrogantes no respondidos. Interrogantes que, para nosotros, son un punto de partida y una invitación para la reflexión y el análisis.

1.2. Los profesores vistos por los medios de comunicación de masas

Como hemos dicho en otro momento, la sociedad actual es mucho más sensible a la valoración de las profesiones que se integran en ella (medicina, judicatura, periodismo...) que hace unos años. La comunidad general, que desde luego en el momento actual es más crítica, posiblemente porque es más madura, es capaz de poner en marcha mecanismos para analizar los servicios prestados por los profesionales que la integran. Y la

prensa diaria se ha convertido en un vehículo de expresión habitual donde estos juicios, valoraciones, demandas y expectativas son puestos de manifiesto. No es difícil encontrar en alguna página de cualquier diario, en cualquier época del año y a través de cualquier género periodístico, una queja, una reflexión, una petición, una esperanza... relacionada con alguna de las profesiones antes citadas.

El trabajo del docente no está exento de este fenómeno. No se puede olvidar que es un trabajo que siempre se desarrolla en marcos sociales, «de cara a la galería» y por tanto, abiertamente sometido a la crítica y evaluación social. Y ese reflejo que la realidad profesio-

nal produce es conducido a la comunidad general por el «espejo» que proporcionan los medios de comunicación.

Si nos vamos a la raíz misma de la palabra

¿Qué realidad es la que nos presenta la prensa sobre el profesorado español?, ¿qué dice la prensa sobre los profesores?, ¿qué dice el propio colectivo profesional sobre sí mismo? Compartimos con los historiadores que detrás de un mito subyace siempre una serie de interrogantes no respondidos.

«mito» (del latín: «aquello que es transmitido»), la pregunta que nos hacemos es: ¿qué mitos transmiten los medios de comunicación

sobre los profesores? Nuestro grupo de investigación ha realizado diversos trabajos de investigación sobre los profesores (Núñez y Loscertales, 1994a y 1994b; Núñez, Loscertales y Vayón, 1993 y 1994; y otros). De entre ellos, y, a modo de ejemplo, podemos citar un Proyecto financiado por el CIDE: «¿Cómo nos ven los demás? La imagen del profesorado y de la enseñanza a través de los medios de comunicación social». Entre otros muchos aspectos, estudiamos la imagen (como proyección

icónica y como valor connotativo) que la televisión ofrece de los profesores. Una de las conclusiones obtenidas señala que el profesorado no es noticia cuando cumple su tarea, porque de este rol social se espera la perfección y el espíritu de servicio incondicional (Cabero y Loscertales, 1998). Sólo es noticiable si se genera algún problema que revele fallos que, aun siendo humanos son imperdonables en alguien que debe representar ante la sociedad la figura de un profesional sin fisuras.

Otro estudio en el que hemos participado y que podemos mencionar ha estado relacionado con la publicidad institucional. Concretamente con el análisis de un spot que patrocinó la Junta de Andalucía –Consejería de Educación– cuyo lema fue «Enseñar, qué gran tarea». Analizando este anuncio publicitario (interrumpido, a nuestro juicio, antes de tiempo) pudimos llegar a la conclusión de que se pone de relieve la significación social del rol docente, la importancia de la tarea educativa y el esfuerzo de las personas concretas que se han profesionalizado en esa tarea: los profesores. Puede «leerse» una clara intención de definir el rol profesional docente con unos rasgos muy positivos. Este hecho nos lleva a

Una de las conclusiones obtenidas señalan que el profesorado no es noticia cuando cumple su tarea, porque de este rol social se espera la perfección y el espíritu de servicio incondicional.

deducir que, además de ser un anuncio dirigido al público en general (a la comunidad), se esperaba que fuera «leído» por los propios

profesionales (¿quizá para elevar su dañada autoestima?) (Núñez y otros, 1993). En estos estudios y otros varios, hemos podido verificar que la imagen que del profesorado tiene el «público» (usuario de los medios de comunicación) proviene de tres fuentes, fundamentalmente:

- De la proyección de sus propios problemas y dimensiones vitales.
- De los recuerdos de la infancia y posiciones actuales (regresión al rol de alumno).
- De las exigencias y expectativas formuladas por la sociedad (Loscertales, 1997).

Quedándonos con el tercer aspecto, que es el que encontraríamos en la prensa, y haciendo un rápido recorrido por las expectativas que la sociedad vehiculiza a través de la prensa diaria desde 1890 a 1980, encontramos en Esteve y otros (1995) que:

• En 1890 la prensa apenas dedica atención al profesorado. En todo caso cuando aparece, lo hace en forma de «ideal».

• En 1920 igualmente se presta poca atención al profesorado. En todo caso, la dedicación se reviste de un carácter administrativo.

• En 1950 se produce un cambio a nivel cualitativo, aunque a nivel cuantitativo no hay debate.

• En 1980 el profesorado es objeto frecuente de atención por parte de la prensa, aunque se usen estereotipos conflictivos.

2. El caso de la prensa

Por la importancia del tema, hemos querido ahondar en el análisis de lo que ese espejo de la realidad que son los medios de comunicación de masas y dentro de ellos lo que la prensa recoge sobre los profesionales de la

educación. Y, en efecto, la prensa ejerce dentro del conjunto de los medios un valor específico y predominante: «La comunicación escrita a partir de este momento ha pasado de la minoría a la mayoría» (Pérez Serrano, 1984: 13). La prensa permite un tratamiento complejo de los problemas así como una reflexión más profunda. Se puede afirmar, si realizamos una comparación con el medio televisivo por ejemplo, que la prensa permite una acción más profunda, elaborada y eficaz y, por lo tanto, el impacto en el público es más consciente y duradero.

A modo de ilustración de la importancia que adquiere la prensa, podemos señalar que en España se supera por primera vez la barrera de los cuatro millones de ejemplares como media diaria en 1993. Como confirma el Informe Fundesco (1994), entre 1987 y 1993 se produce un despegue progresivo de la venta de periódicos, igualándonos en consumo con Grecia y aproximándonos al consumo de periódicos de Italia y Francia. Sin embargo, también hay que subrayar que después de diez años en los que los lectores de periódicos han aumentado de forma progresiva e ininterrumpida, en 1996 se registra la primera involución del índice de lectura (datos que recogemos del *VIII Informe Anual sobre la situación de los medios de comunicación* que Fundesco presenta).

Con esta involución, frenada en parte por el aumento de ventas de diarios deportivos, se cierra el proceso por el que nuestro país ha conseguido llegar a 110 periódicos/1000 habitantes, sobrepasando el umbral del desarrollo (la lectura de periódicos es uno de los parámetros por los que se mide el nivel de desarrollo de un país) fijado por la UNESCO en 100 periódicos/1000 habitantes.

2.1. La prensa (espejo de la realidad) como emisor de rol para la profesión docente

Partiendo de que en la actualidad más inmediata, el profesorado de los países desarrollados atraviesa por unos momentos de evolución (por no decir de crisis), en gran medida debida a los cambios sociales que se han venido produciendo en los últimos veinte años, hemos querido, en un nuevo empeño investigador, dar respuesta a la pregunta: ¿Cuál es la imagen social del rol docente en la frontera del siglo XXI? Esta pregunta inicial nos llevó a plantearnos una serie de objetivos que podemos resumir en dos:

- Delimitar cuál es el rol del profesorado no universitario a través del estudio de lo que un emisor de rol (como es la prensa) emite en un período significativo para la educación como es el sexenio 1990-1996 (desde la promulgación de la LOGSE hasta que la Educación Primaria queda totalmente implantada).

- Contrastar las expectativas que emite la prensa con las expectativas que emite la LOGSE y con lo que los profesores sienten y perciben de sí mismos como colectivo profesional.

Teniendo estos objetivos presentes, fijamos tres presupuestos de partida:

1. Prensa y LOGSE emiten unas expectativas diferentes entre sí sobre el rol profesional docente.

2. Los profesores emiten, sobre su propio rol profesional, unas expectativas diferentes a las de la prensa y a las de la LOGSE.

3. Del estudio comparado entre los tres conjuntos de expectativas se podrán deducir bases para la comprensión de la problemática actual en la identidad profesional docente.

Una vez elaborados los presupuestos de

El profesorado de los países desarrollados atraviesa por unos momentos de evolución (por no decir de crisis), en gran medida debida a los cambios sociales que se han venido produciendo en los últimos veinte años. ¿Cuál es la imagen social del rol docente en la frontera del siglo XXI?

partida, determinamos el campo de estudio que subdividimos en tres bloques: textos periodísticos, textos normativos y grupos de profesores. Con respecto a los textos periodísticos, hemos de destacar que la fuente del material ha estado formada por la prensa diaria y sus semanarios extraordinarios. Concretamente por *El País* (periódico de ámbito nacional), *ABC* y *Diario 16* (periódicos de ámbito regional), *El Correo de Andalucía* y el *Ideal de Granada* (de ámbito local) junto con *El País Dominical*, *Blanco y Negro* y *Gente*. El periodo de estudio ha sido desde octubre de 1990 (momento en el que se promulga la LOGSE) a octubre de 1995 (ya que en el curso 1995-96 queda implantada totalmente la Educación Primaria en nuestro país). Con respecto a la LOGSE, hemos accedido a los textos legales completos publicados por la Administración Educativa (BOE de 3 de octubre de 1990). Los grupos de discusión de profesores han sido cuatro, formados por siete miembros cada uno. Todos ellos profesores no universitarios pertenecientes tanto a Educación Infantil como a Primaria y Secundaria y con diferentes años en el desempeño de la función docente.

Hemos procurado utilizar una combinación de metodologías (cualitativa/cuantitativa) con el fin de incorporar al estudio las ventajas que poseen cada una de ellas. De esta manera, los datos procedentes tanto de la prensa como de la LOGSE han sido sometidos a tratamiento estadístico y los procedentes de los grupos de discusión se han tratado con el programa informático *Hiper Research* y con un análisis cualitativo.

2.2. *Lo real y lo ideal*

En primer lugar, habiendo revisado los presupuestos de partida a la vista de los resultados obtenidos, podemos afirmar que se han confirmado, ya que las expectativas emitidas sobre el rol profesional docente por la LOGSE, por la prensa y por los propios grupos de profesores no siempre coinciden entre sí, evidenciándose junto a escasos acuerdos, importantes diferencias. Como consecuencia, la ima-

gen social del rol docente se percibe difusa y a veces contradictoria dentro de la búsqueda de una definición profesional nueva, coherente con el ideal profesional y más adecuada a las necesidades actuales en materia de educación. Los profesores no se encuentran en la LOGSE y se muestran desencantados porque están buscando una imagen de lo que «deben» ser que no hallan.

En el estudio de los resultados de esta investigación ha aparecido, junto a la descripción de la realidad, el concepto de ideal y de valores. En efecto, se han podido observar dos niveles al hacer la organización y el estudio de los materiales recogidos:

De una parte la dinámica del mundo de los ideales y de los valores: definiciones, formulaciones y propuestas de tipo teórico, declaración de intenciones y evaluaciones.

De otra parte, la realidad, lo que sucede, los hechos y contextos de cada día, la cotidianidad de la vida en el aula y del desempeño profesional docente. Lo que se afirma en esta conclusión es algo que debe ser tenido muy en cuenta por su importancia en la conceptualización del profesorado. Porque todo rol profesional incluye dimensiones ideales y dimensiones reales relacionadas entre sí a través del nivel de aspiraciones. Si matizamos los resultados, podemos resaltar que existe una tonalidad emocional negativa en la mayor parte de las conceptualizaciones del rol profesional docente estudiadas en este trabajo y provenientes de la prensa y de los propios profesores. La valoración sobre la profesión docente se ha ido deteriorando en los últimos años. Así, mientras en el año 1990 la prensa calificaba al docente de manera favorable, en 1996 se califica al profesorado de manera negativa. En concreto, los titulares de prensa no recogen directamente el tema del rol docente salvo por problemas como huelgas/paros o aspectos relacionados con la problemática administrativa. Subrayamos el desconcierto social existente y del que se hace eco la prensa transmitiendo una especie de sentimiento escéptico frente a la enseñanza y sus componentes de calidad,

que se reflejan en el uso de calificaciones negativas cuando se habla de las consideraciones generales sobre la enseñanza y de valoraciones positivas cuando se hace referencia a centros concretos o a enseñanzas específicas. Los profesores no interesan a la prensa como tema noticiable. Y ello puede ser entendido como una medida de desconcierto y desconocimiento social con respecto a su figura. No son noticiables como actualidad. Así, son temas recogidos fundamentalmente en páginas interiores y en artículos de pequeño tamaño con respecto a su página. A la vez, se utilizan poco los apoyos gráficos.

Los profesores, pensando y discutiendo sobre sí mismos (ésta ha sido una parte importante de este trabajo), se sienten poco considerados por la sociedad y así lo manifiestan en los grupos de discusión. A la vez, la prensa evita valorar la actividad realizada por los profesores y tampoco valora el rol profesional, lo que se observa, también, en la ausencia de titulares, como hemos dicho. Y la emoción que suscita este «indeterminismo» es una emoción con acento negativo. La sociedad «no se moja», no se mete a valorar el trabajo del profesorado (de lo que es fiel reflejo y espejo la prensa) y esto hace que el colectivo viva esta situación como indeseable: «si no me valoran es porque no debo tener valor». Por lo tanto, si se define el rol profesional como las respuestas a unas expectativas, en este estudio hemos encontrado que la emisión de expectativas que recibe el profesorado (por parte de los tres emisores de rol: prensa, LOGSE y grupos de profesores) es muy diferente y nada clara. Como consecuencia, el rol es multiforme y altamente difuso: tenemos ante nosotros una imagen de profesional en transición. Los pro-

fesores se sienten mal, en general, están alejados de la normativa legal y mantienen una clara discrepancia con la sociedad (representada por la prensa) acerca de su rol.

Sin embargo, la educación y los profesores están en el imaginario colectivo: son un mito social aún vigente (y, probablemente siempre estará vigente). Existe una clara pervivencia de esta temática en los medios de comunicación, que, a veces, se empeñan en mostrar el ideal para que el público los valore y considere a la educación y al profesorado como un valor positivo (como en el caso de la publicidad institucional). Quizá la clave a tener en cuenta, sobre todo cuando hacemos referencia a la prensa, es que el profesorado debe aprender a darle información, debe aprender a relacionarse con ella.

A los profesores nos puede servir la prensa para mirarnos en su espejo. Pero, a la vez, debemos tener en cuenta que estamos dando una imagen pública a través de ella y, por tanto, tenemos que saber cómo establecemos nuestra relación con ella. De esta manera, conseguiremos que realmente la prensa pueda ser una bisagra (un puente) entre los deseos y expectativas del propio profesional y los deseos y expectativas de la sociedad. Y que exista un acercamiento entre lo ideal y lo real.

La educación y los profesores están en el imaginario colectivo: son un mito social aún vigente (y, probablemente siempre estará vigente). Existe una clara pervivencia de esta temática en los medios de comunicación, que, a veces, se empeñan en mostrar el ideal para que el público la valore.

3. Referencias

- BUENO ABAD, J.R. (1996): *Análisis de contenido de la mujer en la prensa*. Valencia, Nau Llivres.
- CABERO, J. y LOSCERTALES, F. (Eds.) (1998): *¿Cómo nos ven los demás? La imagen del profesorado y la enseñanza en los medios de comunicación social*. Sevilla, Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- ESTEVE, J.M. y OTROS (1995): *Los profesores ante el cambio social*. Barcelona, Antrophos.
- FUNDESCO (1994): *Comunicación social/Tendencias*. Madrid, Informes anuales Fundesco.

- GOMIS, L. (1991): *Teoría del periodismo*. Barcelona, Paidós.
- GUIL, A.; NÚÑEZ, T. y LOSCERTALES, F. (1997): «Teacher Confronting in the Spanish Educational System. (Teachers and LOGSE Seen through Humor)», en BAIN, B. y OTROS: *Psychology and Education in the 21st Century Proceedings of the 54th Annual Convention International Council of Psychologists*. Canadá.
- JIMÉNEZ BURILLO, F. (1985): *Psicología Social* Madrid, UNED.
- LOSCERTALES, F. (1997): *La otra forma de ser profesor*. Sevilla, Secretariado de Publicaciones de la Universidad.
- LOSCERTALES, F. y MARTÍNEZ-PAIS, F. (1997): «El cine como espejo de la realidad social», en BERNAL, M. y OTROS: *Realidad y ficción en el discurso periodístico*. Sevilla, Padilla libros editores y librerías.
- LOSCERTALES, F. y OTROS (1996): «Los estereotipos en el cine: La imagen social del rol docente», en MARÍN, M. y MEDINA, F. (Comp.): *Psicología del desarrollo y de la educación. La intervención psicoeducativa*. Sevilla, Eudema; 501-508.
- MOTA, I. DE (1988): *Diccionario de la comunicación*. Madrid, Paraninfo; vol.2.
- MUNNÉ, F. (1980): *Psicología Social*. Barcelona, CEAC.
- NÚÑEZ, T. (1998a): «¡Qué gran tarea es enseñar!», en *Comunicar* 10; 221-226.
- NÚÑEZ, T. (1998b): *La imagen social del profesorado no universitario. Un estudio de tres emisores de rol: la prensa la LOGSE y el propio colectivo profesional*. Sevilla, Tesis doctoral.
- NÚÑEZ, T. y LOSCERTALES, F. (1994a): «Teachers Professional Identity», en COMUNIAN, A.L. y GIELEN, U.P. (Eds.): *Advancing Psychology and its Applications. International Perspectives*. Milano, Franco Agnelli; 240-249.
- NÚÑEZ, T. y LOSCERTALES, F. (1994b): «La imagen del profesor, ¿roles o estereotipos? Un estudio a través de la prensa», en BLÁZQUEZ, F.; CABERO, J. y LOSCERTALES, F. (Ed.): *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la educación*. Sevilla, Alfar; 227-234.
- NÚÑEZ, T. y MARTÍNEZ-PAIS, F. (1998): «¿Es una broma ser docente? Estudio del humor sobre el profesional docente», en *Comunidad Educativa*, 249; 6-15.
- (1993): «Publicidad y educación: un anuncio televisivo sobre el rol del profesor en la sociedad actual», en LOSCERTALES, F. y MARÍN, M. (Eds.): *Dimensiones psicosociales de la educación y de la comunicación*. Sevilla, Eudema; 429-438.
- NÚÑEZ, T. y OTROS (1994): «El rol del profesor en la sociedad actual: Intervención psicoeducativa a través de un anuncio televisivo», en CLEMENTE, A. y OTROS: *Intervención educativa y desarrollo humano*. Valencia, Cristóbal Serrano.
- NÚÑEZ, T. y OTROS (1996): «Las satisfacciones e insatisfacciones de los docentes vistas a través del humor gráfico», en MARÍN, M. y MEDINA, F. (Eds.): *Psicología del desarrollo y de la educación. La intervención psicoeducativa*. Sevilla, Eudema; 509-520.
- PÉREZ SERRANO, G. (1985): *El análisis de contenido en la prensa: La imagen de la Universidad a Distancia*. Madrid, UNED.
- URRUTIA, J. (1990): *Sistemas de comunicación*. Sevilla, Alfar.

• **Trinidad Núñez** es profesora del Departamento de Psicología de la Universidad «Pablo Olavide» de Sevilla.