

**VI REUNIÓN INTERNACIONAL DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO DEL 23 AL 26 DE MAYO 2012 EN MEDELLIN-COLOMBIA**

**LA PRODUCCION DE PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA TELEVISION:
MEDIACION EFICAZ PARA SOCIALIZAR EL CONOCIMIENTO. EXPERIENCIA:
PROGRAMA CREADORES QUE SE TRASMITE POR TVCOL**

**PRODUCTION OF EDUCATIONAL PROGRAMS FOR TELEVISION: MEDIATION
FOR EFECTIVE SOCIALIZES KNOWLEDGE.
EXPERIENCE: PROGRAM TO BE TRASMITE BY CREATORS TVCOL**

MSC. SOC. JOSÉ MANUEL PEROZO PIÑA *

E-mail: josemperozo@cantv.net

PSC. GABRIELA CAROLINA PEROZO BALZA **

E-mail: gabrielaperozo11@gmail.com

**Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”
Cabimas, estado Zulia – Venezuela**

SUB-TEMA 3: INICIATIVAS, COMPETENCIA Y CREATIVIDAD SOCIAL

RESUMEN

El conocimiento no es propiedad privada, que se obtiene para sustentar la dominación de clases sociales. Las sociedades no son cultas por que posean universidades; Las sociedades que se encaminan a la liberación del hombre de la dominación de clase son resultado de la socialización del conocimiento. De la liberación de la enajenación del hombre a partir de la socialización del conocimiento a través de la promoción de los saberes populares y de la lectura que del componente de lo científico se hace en las comunidades. El protocolo del Conocimiento Científico no va en desmedro de la calidad de la participación social en la producción del conocimiento que es útil para lograr introducir cambios significativos en la conciencia social. La socialización del conocimiento no esta encerrado en las aulas de las Universidades. Si bien es cierto que en las aulas de clase se produce un importante volumen de investigaciones, si estas no son confrontadas con la realidad no pasas de ser meros ejercicios académicos sin destinatario. De allí que se propone la utilización de medios de comunicación para difundir programas educativos producidos por docentes comprometidos con la dinámica social para proporcionar información objetiva y asertiva bajo criterios de autoformación y autoaprendizaje como estrategia para fomentar la socialización del conocimiento y la identificación consiente del ciudadano con su comunidad. De allí que se coloque a la discusión la experiencia del programa Creadores en el cual se analizan aspectos relativos a la educación, a partir de un concepto integral de desarrollo del hombre y su papel protagónico en la socialización de las relaciones sociales. Esta experiencia de producción educativa audiovisual tiene ocho años continuos tanto en radio como la televisión.

Palabras Claves: Saber. Comunidad. Socialización. Productor. Creadores.

José M. Perozo P.:** Profesor Titular Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”. Coordinador Línea de Investigación Ethos y Culturas en la Organización. Productor/Moderador Creadores PNI 9.766. *Gabriela C. Perozo B.:** Profesora Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”. Línea de Investigación Ethos y Culturas en la Organización. Programa Investigación-CIPDE.

**LA PRODUCCION DE PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA TELEVISION:
MEDIACION EFICAZ PARA SOCIALIZAR EL CONOCIMIENTO.
EXPERIENCIA: PROGRAMA CREADORES QUE SE TRASMITE POR TVCOL**

**PRODUCTION OF EDUCATIONAL PROGRAMS FOR TELEVISION:
MEDIATION FOR EFFECTIVE SOCIALIZES KNOWLEDGE.
EXPERIENCE: PROGRAM TO BE TRASMITE BY CREATORS TVCOL**

MSC. SOC. JOSÉ MANUEL PEROZO PIÑA *
PSC. GABRIELA CAROLINA PEROZO BALZA **

**Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”
Cabimas, estado Zulia – Venezuela**

SUB-TEMA 3: INICIATIVAS, COMPETENCIA Y CREATIVIDAD SOCIAL

I. Introducción

La socialización del conocimiento no esta encerrado en las aulas de las Universidades. Si bien es cierto que en las aulas de clase se produce un importante volumen de investigaciones, si estas no son confrontadas con la realidad no pasan de ser meros ejercicios académicos sin destinatario.

Propones la utilización de medios de comunicación para difundir programas educativos producidos por docentes comprometidos con la dinámica social para proporcionar información objetiva y asertiva bajo criterios de autoformación y autoaprendizaje como estrategia para fomentar la socialización del conocimiento y la identificación conciente del ciudadano con su comunidad.

De allí que se coloque a la discusión la experiencia del programa Creadores en el cual se analizan aspectos relativos a la educación, a partir de un concepto integral de desarrollo del hombre y su papel protagónico en la socialización de las relaciones sociales. Esta

experiencia de producción educativa audiovisual tiene ocho años continuos tanto en radio como la televisión.

Gracias a Dios tenemos la oportunidad de vivir en este momento, en esta era; Esta es la era de la Sociedad de Conocimiento, que se sustenta entre otros factores en la tecnología digital, la Internet, la información y el aprendizaje continuo.

Pero así mismo es el momento histórico para comprender que no basta crecer en conocimientos, cuando no se es capaz de generar bienestar al ser humano y su comunidad.

No basta el conocimiento cuando no se es capaz de comprender que debemos respetar el hábitat de nuestro planeta tomando conciencia de la utilización racional de la ciencia y las tecnologías no abrasivas del ambiente.

El Conocimiento es una propiedad colectiva e intangible, que surge de la dinámica evolutiva del hombre en relación con su entorno, es básicamente informativo, o mejor dicho, se trasmite en el seno de las comunidades como respuesta social sin propiedad intelectual.

La Sociedad de Conocimiento deviene de la superación de la Sociedad Industrial fundada en la fábrica como espacio físico de producción y los recursos naturales. Esa sociedad tangible se nos desmorona en la virtualidad del *Internet* y la *tecnología digital* que dan zancadas ante la impávida sociedad mundial que es impactada por la transculturización y la universalidad del Conocimiento sobre la que se centra la nueva riqueza de las naciones. Las innovaciones son vertiginosas y no están referidas a productos o procesos; los equipos de trabajo de hoy son globales y el concepto de *negocio* se extiende más allá de los límites físicos materiales de la empresa y se constituyen en espacios virtuales de productos intangibles.

La Sociedad del Conocimiento se sustentan en hombres y mujeres con formación integral, a quienes definidos como trabajadores del conocimiento (naturalmente obvio) fungen como fuerza de trabajo altamente calificada o se constituyen en Intelectuales Orgánicos, al mejor estilo gramsciano, con conciencia crítica para democratizar el conocimiento como capital intelectual de la sociedad.

La socialización del Conocimiento solo se logra en sociedades *informadas* y en las que el *aprendizaje es continuo*. De allí que se debe utilizar todos los medios disponibles para colocar en las comunidades información relevante.

La tecnología digital de la información es factor ha conquistar para profundizar la formación de comunas de conocimientos en nuestras Universidades. En el caso específico de la UNERMB, contamos con medios audiovisuales que a partir de estrategias de producción se socializara el conocimiento, fortaleciendo nuestro Capital Intelectual.

Así mismo se debe considerar la presencia de televisoras locales y regionales, que debemos constituir en aliadas para este proceso de constituir un sistema de red de producción y productores independientes de programación educativa.

Un ejemplo de ellos es *TVCOL* (canal 2 en Intercable) que viene apoyando desde hace más de dos años la Producción Independiente del programa Creadores que se trasmite en vivo los días sábado en la mañana y en reposición los días sábados en la noche, domingo en la mañana y la noche y en la mañana del día viernes, para un total de seis emisiones semanales.

El total de emisiones del programa Creadores están muy por encima de lo que cancela anualmente el productor-moderador de ese espacio de televisión educativa. Aprovecho la oportunidad para agradecer públicamente a la Lcda. Jakelin Castillo presidenta de TVCOL, a su Gerente de Mercadeo Lcdo. Regulo Cayafa y la Lcda. Fanexis García productora del programa Creadores, tan importante oportunidad para *democratizar* la transmisión de programas educativos en la televisión local privada.

II. La Televisión Educativa en las Sociedades del Conocimiento

Quizás suene repetitivo, disonante o simplemente honesto en tanto que debemos constituirnos, lo queremos o lo queremos, en Sociedades de Conocimiento. Los extremos del mundo se constituyen en base a esa cualidad. Solo revisemos realidades; Japón, Alemania, Suiza, Estados Unidos, China, Rusia, Corea son dominantes porque son Sociedades de Conocimiento; Por Dios querámoslo o no esa es una realidad. No solo poseen recursos naturales y financieros; Poseen el Conocimiento y la tecnología para dedicarla o bien al mercado del consumo o a mejorar las condiciones de vida.

El Conocimiento solo se encuentra en un recurso natural no renovable: El Humano. Somos nosotros hombres y mujeres quienes hacemos tangible el Conocimiento en tanto mejora las condiciones de vida de nuestros semejantes. No somos ricos solo por la cuantiosa cantidad de Ingresos por concepto de petrolero. Podremos consumir más y *vivir* del gasto público, pero nunca dejaremos de *adquirir tecnología y alimentos*.

Las Sociedades de Conocimiento se sustentan en hombres y mujeres informados y formados con conciencia crítica y capaces de adaptarse a “las grandes mutaciones sociales, culturales y económicas creadas por el advenimiento de nuevas tecnologías” (1) sin que ello cuestione la responsabilidad social del Conocimiento de crear fuentes de trabajo social y ser liberador de hombres y mujeres justos, plurales y éticos.

En este complejo campo, queda como conseja socioeconómica la explotación del Conocimiento como factor determinante de la posición de dominio y competencia de hombres y mujeres al interior de las empresas, en nuestras universidades, y mucho más complejo entre nuestros países; Mas aun, es estratégico para las economías nacionales hacer productivo el Conocimiento a través de la democratización de la educación y la formación en las tecnologías modernas y sus procesos de producción.

El Conocimiento se hace universal y pierde su esencia de bien puramente sociocultural, en el proceso de transculturación del *saber popular*.

“La inteligencia humana redescubre sus posibilidades interpretativas, subliminales y simbólicas” (2) elaboradoras del saber popular subyugado por la fuerza del Conocimiento como eje de la dominación.

No podemos negar, y más quienes formamos parte de la Universidad, que las sociedades modernas se basan en el Conocimiento y en su capital humano. Nosotros somos “trabajadores del conocimiento” (3), nuestro trabajo es el resultado de la mente creativa, de la imaginación, el talento y el hábito en desarrollar protocolos para elaborar productos intangibles colocados en la clase como discurso científico.

Nuestra responsabilidad histórica es promover el Conocimiento como bien cultural o producto exclusivo para la dominación y la productividad del trabajo. Toca lo primero colegas, debemos fortalecer el saber como propiedad social mediante la integración de la ciencia a la complejidad de las relaciones comunales a partir del sentido común que aminore el desarraigo sociocultural.

El mundo *imaginativo* del *imaginario colectivo* de la América de Cortaza reclama la reelaboración de la inteligencia y el pensar como fuerza liberadora de hombres y mujeres que deben ser dueñas del Conocimiento y su destino.

III. La televisión educativa: mediación de Socialización del Conocimiento

La compleja relación del imaginario colectivo versus la imposición de la dominación sociocultural e ideológica, tienen en la producción audiovisual el campo perfecto para medir fuerzas.

De allí que la integración sociocultural entre televisión y educación es campo obligado de acción de las Universidades para dejar de considerar a los medios de producción audiovisual masivos como factores negativos para la educación; por ejemplo en casos concretos de producción de programas educativos para televisión a partir del reconocimiento pleno de su carácter complejo y ver el flujo de contenidos audiovisuales

como oportunidad para desarrollar contenidos educativos, que permitan sinergia activa entre productores, medios y usuarios para producir el tipo de televisión que sea la estrategia idónea, democrática y plural para Socializar el Conocimiento.

Más sin embargo, la televisión constituye, junto a otros medios audiovisuales e impresos de comunicación masiva, el factor mediático de difusión ideológica para la liberación o la opresión, al que se esta expuesto 24 horas y que hoy se constituyen en clave fundamental de la existencia de nuestras familias.

La televisión educativa permite la transmisión de Conocimiento de carácter general, para potenciar contenidos de particular aplicación en la educación e información relevante para influir positivamente en la formación y consolidación de valores socioculturales.

La televisión educativa no es solo programas informativos, de opinión o consulta centrados en temáticas específicas; Hoy se producen anuncios publicitarios, micros, series, campañas publicitarias con amplio impacto educativo en el usuario.

Debemos repensar el papel de la Televisión, en lo particular, a partir de concebirla (junto a todos los medios audiovisuales, Impresos y digitales) como estrategia oportuna para desarrollar procesos de promoción del conocimiento como *bien social* para comunicar contenidos educativos *creados* a partir de la formalización de la ciencia, de valores democráticos e inspirados en la raíces populares que sustentan nuestra condición de ciudadanas y ciudadanos consustanciados con su espacio sociocultural de vida.

Educar a través de la Televisión, implica la producción de contenidos de carácter formativo, educativo, recreativo e informativo para desarrollar el aprendizaje social para salvar las diferencias étnicas, sociales, culturales propias de la sociedad de consumo.

Proponemos en concreto como experiencia para la UNERMB la producción de programas de televisión enmarcada en contenidos básicamente orientados por la educación formal y las identidades socioculturales locales, con clara intencionalidad de

objetivos y contenidos educativos fundados en el currículo formal y la concepción de ciudadano y ciudadana del país.

La televisión de contenidos educativos se concibe como producción de de carácter educativo, formativo y de promoción a partir de la visión endógena de la UNERMB, concebido a partir de micros y reportajes y entrevistas de los hechos y los principales conductores del fortalecimiento interno de nuestra universidad.

Para la producción de programas se cuenta con dos campos fundamentales de acción. **Un primer campo interno** de acción que esta en lo Académico de los Programas Docentes, de Investigación y Extensión diseminadas a nivel local y nacional.

El **segundo campo de acción externo** educativo y comunitario que demanda la construcción de un sistema integrado de Televisión de Contenidos Educativos, con un sentido plano de organización y consustanciado con el saber popular de las comunidades y para las comunidades.

El campo interno es base de apoyo de la **Televisión Educativa**, o lo que se conoció como tecnología educativa. En esta ocasión con una visión amplia de la utilización de los medios audiovisuales como instrumentos de fomento del conocimiento y el hacer científico sumados a la concepción de formación ideológica del hombre como sujeto transformador de su realidad social.

En este campo el docente junto al grupo de especialistas en producción de Televisión Educativa produce materiales didácticos que bien pueden ser utilizados en la actividad de aula o en la modalidad de educación no presencial, lo cual contribuye a socializar las oportunidades de formación de las comunidades.

En el plano externo la Televisión Educativa presenta productos de dos tipos, bajo la acepción de Televisión de Contenidos Educativos. En este caso se tienen dos planos de producción de contenidos:

1. Los productos académicos reelaborados en un lenguaje didáctico audible fuera del aula de clase, de aspectos académicos de suma importancia para la comunidad. Sea el caso de investigaciones que difundidas en lenguaje audible para las comunidades, sin perder su esencia científica, son de suma importancia para fomentar el carácter sociocultural y comunitario de la Universidad.

2. La programación informativa-recreativa que fomenta la formación la toma de conciencia ideológica de la lucha de clases y el carácter ideológico de medios de comunicación comprometidos con la equidad, la justicia y responsabilidad social.

Dejo para nuestra Universidad la experiencia de más de nueve años produciendo y conduciendo programas educativos y de información en radio y televisión.

Esta experiencia fue presentada dentro del trabajo de la Línea de Investigación Ethos y Culturas en la Organización, adscrita al Proyecto Investigación Administrativa Gerencial del Programa Investigación de la UNERMB.

IV. Procedimientos para la producción/evaluación de televisión educativa a partir de la propuesta de Producción de Programas de Contenidos Educativos

Esta propuesta surge a partir de la experiencia concreta de Creadores, y la importantísima e igualmente inobjetable cooperación de TVCOL y su invaluable Junta Directiva. Por otra parte de la lectura del artículo *La producción universitaria de televisión y videos educativos: entre la coproducción y la cooperación* del Dr. Jesús M Salinas de la Universidad de la Islas Baleares (Educación y Medios de Comunicación en el contexto iberoamericano. 1999).

Es importante protocolizar el procedimiento de producción y evaluación del producto educativo que se desea colocar en la sintonía de la audiencia, a fin de adecuar la programación a los requerimientos estratégicos de orden académico, de investigación y extensión que se propone seguir la Universidad. Así como su impacto en la comunidad, en productos reelaborados de contenidos sociocultural y comunitario que impacten la conciencia individualista, para fomentar la conciencia de carácter social y comunitario.

La anterior reflexión, conduce a repensar la televisión que se produce en el seno de las universidades venezolanas a partir del reconocimiento del carácter complejo y dinámico de la relación Universidad-Comunidad y del flujo de contenidos audiovisuales, como una oportunidad para el desarrollo de procesos ideológicos renovadores del tipo de televisión que deseamos para nuestras familias.

Nuestra universidad tiene la posibilidad real de revertir los efectos negativos de los medios audiovisuales. Tenemos los equipos para impactar mediante un recursos didáctico, integrador y de comunicación del carácter científico. Histórico, sociocultural y comunitario de la UNERMB.

La Televisión Educativa de la UNERMB debe constituirse en canal constructor de valores y con conciencia de su función didáctica-comunitaria como recurso mediático para la educación, formación, información y acorde a las necesidades de desarrollo comunitario.

Los cambios que se operan en el seno del Estado, obliga a redefinir la acepción de educación y sus estructuras tradicionales. Esta abierta la posibilidad de concebir la educación dentro de las nuevas formas de socialización y comunicación del conocimiento científico y sus canales de circulación.

Es importante acotar que la Televisión de Contenido Educativo diseña programas con una intencionalidad educativa-formativa-informativa clara y expresa. Sus contenidos se definirán en función de objetivos educativos y sus contenidos son diseñados en función de la intencionalidad expresa de educar utilizando la televisión como medio por excelencia para la comunicación de masas.

Este precepto no conduce a repensar la televisión como medio eficaz de educación y formación en dos planos, tal como se propuso anteriormente. Tanto en el plano interno como en el externo, la Televisión Educativa se constituye en herramienta ideológica para el aprendizaje y de servicio público para humanizar la convivencia social.

De allí que la Televisión Educativa de UNERMB se constituiría en el espacio de actuación y afirmación de mediación ciudadana que fomenta acciones pedagógicas de transformación de espacios sociales para la participación de la comunidad universitaria, organizaciones sociales y comunidades en general hacia la construcción de la socialización del conocimiento.

Es importante destacar que para desarrollar los puntos que a continuación se propone, se toma como orientación la metodología la pagina Web de VIVE TV.

Se constituyen siete procedimientos importantes:

1. Análisis descriptivo.
2. Evaluación de los productores y personal técnico.
3. Producción/Evaluación técnica y de contenido de los programas.
4. Producción/Evaluación de la programación desde una perspectiva educativa.
5. Producción/Evaluación de la difusión: incidencia y uso de los programas.
6. Producción/Evaluación del uso de contenidos educativos: Usuarios.
7. Análisis prospectivo.

A continuación se describe sumariamente cada aspecto:

1. Análisis Descriptivo

El análisis descriptivo permite establecer el punto de partida filosófico e instrumental de la organización de la producción que se deberá desarrollar en la televisión educativa. Es importante que este punto se cuente con la participación de especialista sumado a la participación del Usuario de la programación. Como se vera mas adelante, los usuarios están en la comunidad universitaria y el entorno local y nacional e internacional.

El análisis descriptivo contiene:

1. Situación actual de la televisión educativa y del contexto que le servirá de asiento.
2. Organización.
3. Responsables.
4. Recursos.
5. Estrategias de Financiamiento.

2. Evaluación de los productores y personal técnico

Este punto hace referencia a las personas que elaboran la programación en función de los objetivos que se plantean y los criterios que guían el diseño de los programas.

Producir programas de televisión educativa de contenido critico, formativo y sustentado en la formalización del conocimiento como un todo que se expresa sin distinción de nivel, asumiendo el saber popular, pero con lenguaje que enuncie el respeto por los postulados fundamentales de la constitución. Indudablemente ello requiere personal que tengan alto contenido técnico y el manejo de los métodos de digitalización de imágenes y textos para medios audiovisuales.

Dentro de esta tarea se incluyen como aspectos clave los siguientes:

1. Objetivos de la programación.
2. Audiencia a la que se dirigen.
3. Criterios de selección de contenidos.

4. Estructura de la programación/organización temporal.
5. Aspectos técnicos/educativos.

3. Producción/Evaluación técnica y de contenido de los programas

En función de la diversidad de contenidos a tratar y la diversidad de públicos receptores de los programas es importante evaluar periódicamente los contenidos y los procesos técnicos empleados para su edición y emisión. El análisis de estos aspectos ha de conducir a valoraciones según parámetros cualitativos y cuantitativos que permitan juzgar la calidad de la programación. En esta tarea han de considerarse:

1. Tipos de programas, duración.
2. Imagen/sonido/guion.
3. Calidad técnica.

4. Producción/Evaluación de la programación desde una perspectiva educativa

Los contenidos a producir en la televisión educativa no se deben producir en función de criterios propios de la televisión comercial. En su producción deben privar fundamentalmente criterios educativos, orientados por estrategias de integración del saber popular como fuerza que sustenta nuestra conciencia de ciudadanos, respecto a una forma particular de producir conocimiento científico útil y destinado a la liberación.

En este punto tenemos:

- a. En relación a los objetivos y la orientación del contenido: Selección de temas, horario y secuencia, adecuación a las necesidades y estructura de los programas.
- b. Orientación educativa formal e informal.
- c. En relación a los usuarios: Complejidad, adecuación a la audiencia y niveles de conocimiento necesario del usuario.

5. Evaluación de la Difusión: Incidencia y uso de los programas

Los usuarios de la programación de producción educativa, así como de toda la programación de medios audiovisuales de masas, son los que determinan finalmente su utilidad. *La televisión educativa no sólo es útil como complemento y ayuda para el sistema educativo formal sino que es un importante medio de educación informal* (vivetv.com, 2008). Por otra parte es evidente el papel que juega como medio de televisión sociocultural para el usuario en general.

Dada la complejidad de la audiencia es importante conocer quiénes son los usuarios de la televisión educativa y qué tipo de uso hacen de la programación. De allí que es importante conocer:

1. **Perfiles:** Además de factores educativos, social, económico y cultural, se debe considerar factores ideológicos y políticos que contribuyen a generar la conciencia crítica, participativa y solidaria.
2. **Aprovechamiento de los programas:** Establece los condicionantes de uso individual-colectivo en la integración productor-medio-usuario.
3. **Contexto de uso:** Educativo, formativo, informativo, recreativo y comunitario.
4. **Valoración:** Política e ideológica, Sociocultural, Educativa-formativa.

6. Producción/evaluación de usos de contenidos educativos

Es importante destacar que si nos ubicamos en contextos de la enseñanza formal e informal, la televisión educativa es un medio audiovisual estratégico de sustento y fundamento de la clase. En tal sentido debe evaluarse la repercusión en la enseñanza formal, en qué medida se utilizan los programas y de qué modo.

En el caso de los *docentes* es básico considerar:

1. Adecuación a necesidades.
2. Relación con currículum de enseñanza formal.
3. Metodologías de uso de la programación.

4. Frecuencia de uso.
5. Elaboración de materiales de trabajo.

Respecto a los alumnos ha de analizarse como aspecto fundamental la consecución de objetivos así como el aprovechamiento de la programación de televisión educativa frente a otros medios. Es interesante también valorar el grado de motivación que presentan ante un medio que es cotidiano en su realidad extraescolar. Los aspectos fundamentales son por tanto:

1. Motivación.
2. Comprensión del lenguaje propio del medio.
3. Consecución de objetivos (aprendizaje, formación, cambio de actitudes, entre otros a considerar).
4. Trabajos complementarios.

7. Análisis prospectivo

Es fundamental en la producción de programación educativa efectuar periódicamente la evaluación en prospectiva, a fin de obtener información de:

1. Líneas estratégicas de producción.
2. Mejoras a realizar.
3. Adecuación a necesidades.
4. Recomendaciones.

Citas:

1. G Balbinotti, La Industria del conocimiento. 2001
2. Alfredo Chacón. El pensamiento y el pensar de la cultura. 1993
3. Peter F. Drucker. Productividad: La clave del futuro. 1993

V. Registro de programa Creadores

Creadores es un programa de carácter informativo en el cual se analizan con especialistas invitados, aspectos relativos a educación, dentro de un concepto integral del hombre y su saber como fuente de desarrollo de las comunidades.

Creadores es producido bajo la modalidad de magazín, bajo estrictos criterios de formación, información y entretenimiento.

Slogan: Un programa hecho para gente como usted, que piensa y actúa de forma creativa.

Misión: Contribuir con la formación integral del hombre, al proporcionar información objetiva y asertiva bajo criterios de autoformación y autoaprendizaje como estrategia para fomentar la identificación consciente del ciudadano con su comunidad.

Visión: Ser un programa de televisión capaz de lograr que a través de la interacción entre el invitado, el tema y conductor del espacio, el televidente logre hacer catarsis, y sentirse parte de una conversación mediática que busca la integración entre el medio audiovisual y la comunidad.

Objetivo: Analizar temas de interés, a fin de lograr que el televidente sienta interés por asumir la responsabilidad en su autodesarrollo como individuo y ciudadana que habita en una comunidad de intereses.

Áreas de análisis:

Creadores se basa en tres áreas temáticas fundamentales que sirven de marco de referencia a los temas que se trataran en cada programa.

1. **Educación:** La modernidad demanda la formación bajo la óptica del desarrollo integral, armónico y continuo de principios ético-morales que promuevan la integración del hombre con su entorno social.
2. **Recreación:** La didáctica de los aspectos lúdico-recreativos, como estrategia para tratar los temas y situaciones que contribuyen al desarrollo emocional.
3. **Sociedad:** Escenario de la actuación del hombre, el saber popular y los acontecimientos científicos y tecnológicos que marcan el desarrollo del hombre y la sociedad.

Entrada en vigencia: sábado 14 de octubre de 2005

Equipo técnico: Tres (3) cámaras en estudio, micrófonos, trípode, luces de apoyo, muebles y estenografía.

Equipo humano: Dos productores, un moderador, una periodista, un camarógrafo, un editor, un director de master y dos asistentes. Total de personal: 09

Perfil de productor y moderador:

Escaleta:

Creadores esta estructura en cuatro segmentos con una duración total de 45 minutos, respetando los parámetros que establece la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

El primer segmento es de presentación del programa, los tópicos a tratar y de los invitados. Tendrá una duración de diez minutos.

Los segmentos dos y tres tendrán una duración de doce minutos aproximadamente cada uno, en los cuales se desarrollaran las distintas temáticas a tratar por el moderados y los invitados.

El segmento cuatro tendrá una duración de diez minutos en el cual se darán las conclusiones del tema, despedida de los invitados y del programa. Se anunciaran los contenidos más relevantes del próximo programa.

El programa esta concebido de tal manera que el moderador e invitados puedan establecer una conversación al aire, más que una entrevista de tipo periodística.

Fuentes consultadas para la producción: Textos especializados, diarios y revistas de circulación nacional e internacional, reglamentos y leyes, profesionales y opiniones calificadas en el área y Web Site entre otros.

Temas tratados: Áreas fundamentales para afianzar estrategias formales de aprendizaje y enseñanzas en el sistema formal e informal y la integración del saber ciudadano como fortaleza del saber popular.

Patrocinantes y cooperadores: Apunermb

Salidas: En Programas Especiales

Requerimientos de estenografía:

01 Escritorio

02 Sillas tipo colonial

Obras de arte popular

01 Panel de fondo con el nombre del programa (Creadores), en letra broadway color azul.

Horario de grabación:

Modalidad: Semanal

Horario principal: Sábados de 11:00 am a 12:00 m

Número de reposiciones: Cinco (05) semanales

Horario de reposiciones:

Tiempo empleado para la emisión: Una (1) hora

Clasificación según la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión:

Lenguaje: A

Salud: A

Sexo: A

Violencia: A

Bibliografía

CHAVEZ, Nilda. Introducción a la investigación educativa. Editorial ASR Gráfica. Venezuela, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del Talento Humano. Mc Graw Hill. Colombia, 2002.

MARTINEZ SANCHEZ, F. Televisión educativa: su eficacia y sus pretensiones. Editorial Murcia. España. 1999.

RIBEIRO, Lair. La Comunicación Eficaz: Transforme su vida personal y profesional mejorando su capacidad de comunicación. Ediciones Urano. Barcelona, 2000.

WATZLAWICK, P. ¿Es real la realidad? Herder editores. España. 1992.

Publicaciones periódicas:

El pensamiento y el pensar de la cultura. Alfredo Chacón. Revista Bigott, N° 28, Octubre, Noviembre, Diciembre. Fundación Bigott. Editorial Arte. Caracas-Venezuela. 1993. Pág. 19.

La productividad: La clave del futuro. Peter Drucker. Facetas n° 3. Publicación de la Embajada de los EEUU. Caracas-Venezuela. 1993. Pág. 25.

Cultura comunal y cultura especializada. Juan Liscano. Revista Bigott, N° 28, Octubre, Noviembre, Diciembre. Fundación Bigott. Editorial Arte. Caracas-Venezuela. 1993. Pág. 5.

Lo popular y lo elitista en la cultura. Víctor Bravo. Revista Bigott, N° 28, Octubre, Noviembre, Diciembre. Fundación Bigott. Editorial Arte. Caracas-Venezuela. 1993. Pág. 43.

La industria del conocimiento. Capital Intelectual. Giles Balbinotti. Revista Calidad Empresarial. Edición N° 19. Editorial El Nacional. Venezuela, 2001. Pág. 18.

Gestión del recurso humano: herramienta para el desarrollo. Juan Pablo Delgado. Recursos Humanos. Año 4, N° 15 Asociación de los Recursos Humanos. FIDAP. Editorial Gerente. Caracas-Venezuela. 2002. Pág.35.

La producción universitaria de televisión y videos educativos: entre la coproducción y la cooperación. Jesús M Salinas. Universidad de las Islas Baleares. Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano. España, 1999. www.edutec.com Web Site.

EduTec. Revista electrónica de tecnología educativa. www.edutec.com

TV Educativa y producción audiovisual. www.tveducattiva.com