



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado

**Análisis de la pedagogía televisiva de la educomunicación
universitaria en Venezuela**

Tesis doctoral para optar al título de Doctor en Humanidades

Tutora:

Dra. Elsi Jiménez

Tesista:

Esp. Milagros Rodríguez

C.I: 16.117.539

Caracas, 11 de Octubre 2017



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Facultad de Humanidades y Educación y el Consejo de Estudios de Postgrado de la Universidad Central de Venezuela, para examinar la **Tesis Doctoral** presentada por: **MILAGROS COROMOTO RODRIGUEZ ROMERO**, C.I. 16.117.539, bajo el título **ANÁLISIS DE LA PEDAGOGÍA TELEVISIVA DE LA EDUCOMUNICACIÓN UNIVERSITARIA EN VENEZUELA**", a fin de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de **Doctor en Humanidades**, dejan constancia de lo siguiente:

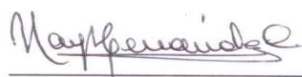
1.- Leído como fue dicho trabajo por cada uno de los miembros del jurado, se fijó el día **miércoles 11 de octubre de 2017 a las 9:00 am**, para que la autora lo defendiera en forma pública, lo que ésta hizo en el **Aula virtual de SADPRO, piso 10 CC. Los Chaguaramos**, mediante un resumen oral de su contenido, luego de lo cual respondió satisfactoriamente a las preguntas que le fueron formuladas por el jurado, todo ello conforme con lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

2.- Finalizada la defensa del trabajo, el jurado decidió **aprobarlo** por **unanimidad**, por considerar, sin hacerse solidario con las ideas expuestas por **la autora**, que **se ajusta** a lo dispuesto y exigido en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

Para dar este veredicto, el jurado estimó que el trabajo examinado constituye un aporte significativo en el campo de la Educomunicación dada la relevancia y pertinencia del tema en el contexto de la ecología actual de los medios, considerando la complejidad y dinamismo de las sociedades de la información y el conocimiento.


En fe de lo cual se levanta la presente ACTA, a los once días del mes de octubre del año 2017, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado, actuó como Coordinadora del jurado la Dra. Elsi Jiménez.


Marina Polj. C.I. 3.144.452
UCV-Jurado designado por FHE


Naysia Hernández. C.I. 4.928.252
UCV-Jurado designado por FHE


Johann Pirela. C.I. 6.747.765
LUZ-Jurado designado por el Consejo
de Estudios de Postgrado


Osvaldo Burgos García. C.I. 9.967.800
UCAB-Jurado designado por el Consejo
de Estudios de Postgrado


Elsi Jiménez. C.I. 5.690.241
UCV- Tutora



CONSTANCIA DE ASIGNACIÓN DEL NÚMERO DE DEPÓSITO LEGAL

Yo, **YENNIS CECILIA SÁNCHEZ FARIÁS**, venezolana, mayor de edad, titular de la cédula de identidad N° 10.799.754, en mi carácter de Jefa Encargada de la División de Depósito Legal, según consta en Providencia Administrativa N° 006-2017 de fecha 02 de mayo de 2017, emanada de la Dirección del Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas en uso de la atribución legal contenida en el Artículo 14° de la Ley de Depósito Legal, en concordancia con los Artículos 31° y 41° del Reglamento de la citada Ley; por medio del presente documento doy constancia que se le ha asignado a el editor / productor: MILAGROS COROMOTO RODRIGUEZ ROMERO.

TÍTULO DE LA OBRA / PRODUCTO / PRODUCCIÓN	NÚMERO DE DEPÓSITO LEGAL
Análisis de la pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela	DC2017002756

Cabe destacar que el (los) número (s) indicado (s) deberá (n) ser impreso (s) conforme a lo establecido en los Artículos 16°, 17°, 18° y 19° del Reglamento de la Ley de Depósito Legal, y deberá consignar ante la División de Depósito Legal los ejemplares de la obra, producto o producción dentro de los treinta (30) días siguientes a su publicación y antes de su circulación, distribución y venta. En consecuencia dentro del lapso antes citado, deberá remitir un escrito indicando la cantidad de ejemplares que consigna con las especificaciones contenidas en los Artículos 15° y 21° del Reglamento de la Ley de Depósito Legal. El incumplimiento de las obligaciones que impone la Ley de Depósito Legal, acarreará la imposición de una multa conforme a lo previsto en el artículo 11° en concordancia con el Artículo 51° del Reglamento de la citada Ley. El número asignado de Depósito Legal es válido para el año en curso tal y como lo contempla el artículo 31 del Reglamento de la Ley de Depósito Legal. En caso de que el número otorgado no sea utilizado, el mismo deberá ser devuelto por medio de notificación a la División de Depósito Legal, tal y como lo contempla el Artículo 34° del citado Reglamento. Constancia que se expide en Caracas, el día Viernes, 10 de Noviembre de 2017.

YENNIS CECILIA SÁNCHEZ FARIÁS

**PLANILLA DE SOLICITUD
DE NÚMERO DE DEPÓSITO LEGAL**

N° de Solicitud:	9605
Número de Depósito Legal:	DC2017002756
Tipo de Material:	Tesis de Postgrado
Formato Publicación:	Impreso en papel
Título:	Análisis de la pedagogía televisiva de la educación universitaria en Venezuela
Tipo de Autor:	Natural
Autor 1:	Milagros Rodríguez
Autor 2:	
Autor 3:	
Idioma:	1
Fecha de Edición:	10/11/2017
Nro. de Páginas:	604
Nro. Edición:	1
Tiraje:	1
Materia 1:	CIENCIAS SOCIALES
Materia 2:	
Materia 3:	
Fecha de Solicitud:	10/11/2017
Editor / Productor:	161175397 - MILAGROS COROMOTO RODRIGUEZ ROMERO

*Dedico este trabajo a mi madre y mi padre,
quienes desde Venezuela me alentaron a culminarlo,
brindándome la confianza y la seguridad de que podía crecer en otro país,
pero cerrando los ciclos abiertos en la preparación profesional, con el propósito de
que un futuro no muy lejano pueda retribuir a mi país todas las oportunidades
brindadas para crecer como ser humano y profesional, gracias a mis profesores y a
mi bella Universidad Central de Venezuela.*

Muchas personas fueron las que colaboraron en la realización de este trabajo, pero la líder de toda su esencia fue mi tutora la Dra. Elsi Jiménez, quien desde su sencillez y calidad profesional siempre guió con sus orientaciones cada contenido de sus capítulos, a través de su confianza y optimismo.

Agradezco a mi esposo su apoyo y respaldo en la culminación de este trabajo de investigación.

Agradezco la participación de los educadores internacionales

Guillermo Orozco y Edwin Franco.

Asimismo, de los profesores Ruth Díaz, Bernardino Herrera,

Marina Polo, William Bracamonte.

Análisis de la pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela

Autora: Milagros Rodríguez

Tutora: Elsi Jiménez

2017

Resumen

El expansivo protagonismo de las tecnologías de la comunicación y la información constituyen un escenario para el estudio sobre las múltiples interacciones que poseen las audiencias con los medios, en especial el televisivo, el cual emplea los diferentes avances de estas tecnologías para difundir sus contenidos y extender las posibilidades perceptivas y sensoriales de los seres humanos. La televisión en la actualidad ha contribuido a que lo mediático se convierta en un aspecto imprescindible y de dependencia para los procesos de intercambio comunicacional, cultural, político, social y hasta económico de los pueblos. La labor educativa y comunicacional hace necesario que los educadores y comunicadores venezolanos posean una formación educomunicativa de los mensajes que producen y se difunden a través del medio televisivo. Todo ello, con la intención de contribuir a una conciencia crítica que permita convivir activamente con los mensajes de los medios y obtener aprendizajes útiles para la formación cultural, educativa, moral, política y social. En este sentido, el presente trabajo contempla una aproximación para conocer la formación de los futuros docentes y comunicadores en aspectos relacionados con la educomunicación, para a partir de ello diseñar una propuesta metodológica para la futura formación de estos profesionales. Para ello, se seleccionó como muestra las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, para generar la propuesta dirigida a los futuros profesionales egresados de esta casa de estudios, y así, contribuir con lo expuesto en la Declaración sobre Educación de los Medios de la UNESCO y las Leyes nacionales que promueven esta disciplina.

Palabras Clave: Televisión, Pedagogía, Educomunicación, Educadores, Comunicadores Sociales, Estrategias Educomunicativas, Formación Universitaria, Producción Audiovisual. Universidad Central De Venezuela.

Analysis of television pedagogy of university education in Venezuela

Author: Milagros Rodríguez

Tutor: Elsi Jiménez

2017

Abstract

The expansive prominence of communication and information technologies constitute a stage for the study of the multiple interactions that audiences have with the media, especially television, which uses the different advances of these technologies to disseminate their contents and extend the perceptive and sensory possibilities of human beings. Television today has contributed to the media becoming an essential aspect and dependence for the processes of communication, cultural, political, social and even economic exchange of peoples. The educational and communicational work makes it necessary for Venezuelan educators and communicators to have an educommunicative formation of the messages they produce and disseminate through the television medium. All this, with the intention of contributing to a critical conscience that allows to coexist actively with the messages of the media and to obtain useful learnings for the cultural, educational, moral, political and social formation. In this sense, the present work contemplates an approach to know the training of future teachers and communicators in aspects related to educommunication, in order to design a methodological proposal for the future training of these professionals. For this purpose, the Schools of Education and Social Communication of the Central University of Venezuela were selected as a sample, to generate the proposal addressed to the future professionals graduated from these houses of studies, and thus, contribute with what is stated in the Declaration on Education of the UNESCO Means and the National Laws that promote this discipline.

Keywords: Television, Pedagogy, Educommunication, Educators, Social Communicators, Educommunicative Strategies, University Education, Audiovisual Production. Central University of Venezuela.

Contenido

Introducción	25
Capítulo I: Problema de Investigación	30
Problema de investigación	31
Planteamiento del problema	31
Justificación de la Investigación	39
Alcances	41
Objetivos de la investigación	42
Objetivo general	42
Objetivos específicos	42
Capítulo II: Fundamentos teóricos y metodológicos en educomunicación para la televisión	43
Educación y medios de comunicación en la sociedad	44
Una aproximación a la realidad	44
Binomio educación y comunicación	46
Educación para los medios: conceptualización	55
Propósito de la educación para los medios	59
Temática de la educación para los medios	66

Visión internacional de la educación para los medios	67
La educación para los medios en Venezuela	71
Comunicación televisiva	74
La televisión como medio de difusión y sus técnicas	75
El lenguaje audiovisual de la televisión	78
La programación televisiva como forma expresiva	83
La empresa comunicacional: publicidad	89
Interactividad de la televisión: más cerca de la sociedad	93
Disciplina comunicacional	95
Teoría crítica de la comunicación	95
Teoría norteamericana de la comunicación	98
La semiótica audiovisual	101
Pascuali: comprender la moral del comunicar	103
Disciplina educativa	106
Educación y la teoría crítica	106
Paradigma constructivista	109
Teoría del aprendizaje significativo	112
La televisión en el proceso educativo	115

Educación para la televisión	119
La educación mediática	119
Teoría de las mediaciones	122
La teoría multidimensional de la educación para los medios	125
La criticidad de la televisión	128
La autonomía crítica	130
El método comprensivo	133
Educación en mediaciones y aprender a pensar en EPM	135
Educación para la lectura crítica de la televisión	139
Papel del educador y el comunicador en la educación para los medios	142
La formación de educadores y comunicadores sociales en la UCV	145
La Escuela de Educación de la UCV	148
La Escuela de Comunicación Social de la UCV	151
Capítulo III. Marco Metodológico	154
Tipos de investigación y muestras	155
Técnicas e instrumentos	159
Capítulo IV: Análisis de aspectos vinculados sobre educomunicación televisiva en las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la UCV	163
Educomunicación en el plan de estudios de la Escuela de Educación	164
Educomunicación en el plan de estudios de la Escuela de Comunicación Social	183

Consideraciones generales	197
Entrevista grupal o focus group a estudiantes de las Escuela de Educación y Comunicación Social de la UCV	201
Resultados de la entrevista grupal o focus group en la Escuela de Educación de la UCV	202
Resultados de la entrevista grupal o focus group en la Escuela de Comunicación Social de la UCV	208
Consideraciones generales	213
Entrevistas a especialistas	218
Entrevistas visión internacional	218
Entrevistas visión nacional	223
Entrevistas visión educativa	228
Consideraciones generales	231
Capítulo V: Propuesta teórica metodológica en educomunicación televisiva	235
Contexto para el diseño de la propuesta	236
Propuesta teórica metodológica dirigida a la formación de estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela	243
Introducción	244
Contextualización de la Propuesta Teórica Metodológica de Educación para los Medios para la Escuela de Educación de la UCV	246
Propósitos de la propuesta	249
Contenidos programáticos de la propuesta teórica metodológica	250

<i>Etapa I.- Conocimiento general del medio televisivo y sus implicaciones en el contexto educativo.</i>	250
Temas I: Educación para los medios	251
Objetivo general	253
Objetivos específicos	253
Ideas previas de los participantes	253
Contenidos recomendados	253
Estrategias y orientaciones metodológicas	257
Lecturas recomendadas	260
Tema II. La comunicación televisiva	262
Objetivo general	263
Objetivos específicos	263
Ideas previas de los participantes	264
Contenidos recomendados	264
Estrategias y orientaciones metodológicas	269
Lecturas recomendadas	273
<i>Etapa II. Comprensión del proceso de producción de contenidos del medio</i>	275
Tema I.- La tecnología y economía televisiva	275
Objetivo general	276

Objetivos específicos	276
Ideas previas de los participantes	276
Contenidos recomendados	277
Estrategias y orientaciones metodológicas	281
Lecturas recomendadas	283
Tema II.- El lenguaje audiovisual de la televisión	284
Objetivo general	285
Objetivos específicos	285
Ideas previas de los participantes	285
Contenidos recomendados	286
Estrategias y orientaciones metodológicas	289
Lecturas recomendadas	291
<i>Etapa III.- Programación televisiva desde el punto de vista del telespectador</i>	292
Tema I.- Estructura del discurso de la televisión	293
Objetivo general	293
Objetivos específicos	293
Ideas previas de los participantes	294
Contenidos recomendados	294
Estrategias y orientaciones metodológicas	298

Lecturas recomendadas	300
Tema II.- Comprensión social del medio televisivo	301
Objetivo general	302
Objetivos específicos	302
Ideas previas de los participantes	302
Contenidos recomendados	302
Estrategias y orientaciones metodológicas	305
Lecturas recomendadas	307
<i>Etapa IV.- Lectura crítica de los contenidos de la televisión</i>	308
Tema I.- Educar a ver la televisión	309
Objetivo general	310
Objetivos específicos	310
Ideas previas de los participantes	310
Contenidos recomendados	311
Estrategias y orientaciones metodológicas	314
Lecturas recomendadas	317
Tema II.- Lectura crítica del medio televisivo	318
Objetivo general	319

Objetivos específicos	319
Ideas previas de los participantes	319
Contenidos recomendados	320
Estrategias y orientaciones metodológicas	321
Lecturas recomendadas	326
<i>Etapa V.- Promoción de la utilización creativa del medio televisivo en el aula</i>	327
Tema I. Creatividad con la televisión	328
Objetivo general	328
Objetivos específicos	328
Ideas previas de los participantes	328
Contenidos recomendados	329
Estrategias y orientaciones metodológicas	330
Lecturas recomendadas	332
Propuesta teórica metodológica dirigida a la formación de estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela	334
Introducción	335
Contextualización de la Propuesta Teórica Metodológica de Comunicación Social para los Medios para la Escuela de Educación de la UCV	337
Propósitos de la propuesta	340
Contenidos programáticos de la propuesta teórica metodológica	341

<i>Etapa I. Educomunicación para comunicadores sociales.</i>	342
Temas I: La educación para los medios	343
Objetivo general	343
Objetivos específicos	343
Ideas previas de los participantes	343
Contenidos recomendados	344
Estrategias y orientaciones metodológicas	347
Lecturas recomendadas	350
Temas II: ¿Por qué educomunicación para comunicadores sociales?	350
Objetivo general	351
Objetivos específicos	352
Ideas previas de los participantes	352
Contenidos recomendados	352
Estrategias y orientaciones metodológicas	355
Lecturas recomendadas	357
<i>Etapa II. Papel del comunicador social en la educación para la televisión</i>	358
Temas I: El comunicador social como audiencia frente a la televisión	358
Objetivo general	359
Objetivos específicos	359

Ideas previas de los participantes	359
Contenidos recomendados	360
Estrategias y orientaciones metodológicas	362
Lecturas recomendadas	364
Temas II: El comunicador social como productor en el medio televisivo	365
Objetivo general	365
Objetivos específicos	365
Ideas previas de los participantes	365
Contenidos recomendados	366
Estrategias y orientaciones metodológicas	368
Lecturas recomendadas	369
<i>Etapa III. La televisión y las mediaciones</i>	370
Temas I: Realidad y espectáculo televisivo	371
Objetivo general	371
Objetivos específicos	371
Ideas previas de los participantes	371
Contenidos recomendados	372
Estrategias y orientaciones metodológicas	374
Lecturas recomendadas	375

Temas II: Mediaciones y gratificaciones de la televisión	376
Objetivo general	377
Objetivos específicos	377
Ideas previas de los participantes	377
Contenidos recomendados	378
Estrategias y orientaciones metodológicas	380
Lecturas recomendadas	382
<i>Etapa IV. Lectura crítica del medio televisivo</i>	382
Temas I: Educar a ver a la televisión desde el interior y exterior	383
Objetivo general	383
Objetivos específicos	383
Ideas previas de los participantes	383
Contenidos recomendados	384
Estrategias y orientaciones metodológicas	385
Lecturas recomendadas	386
<i>Etapa V. Creatividad en la construcción de relatos y sentidos</i>	386
Temas I: Creatividad para la televisión	387
Objetivo general	388
Objetivos específicos	388

Ideas previas de los participantes	388
Contenidos recomendados	388
Estrategias y orientaciones metodológicas	390
Lecturas recomendadas	391
Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones	394
Fuentes Consultadas	400

Índice de tablas

Tabla N°1. Componente de formación general	168
Tabla N° 2. Departamento de ciencias de la comunicación	185
Tabla N 3. Departamento de ciencias de la comunicación	187
Tabla N 4. Departamento audiovisual	194

Apéndices

Apéndice N° 1. Instrumento para la revisión de programas de estudios de las Escuelas de Comunicación Social y Educación.	421
Resultados del Registro de Programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela	
Apéndice N° 2. Programa de Psicología de la Comunicación	429
Apéndice N° 3. Programa Teoría de la Comunicación	431
Apéndice N° 4. Programa Sociopolítica de la Comunicación	433
Apéndice N° 5. Programa Teoría de la Opinión Pública	435
Apéndice N° 6. Programa Filosofía de la Comunicación	437
Apéndice N° 7. Programa Psicología y Cine.	438
Apéndice N° 8. Programa Comunicación y Liderazgo	439
Apéndice N° 9. Programa Comunicación para Mejorar la Calidad de Vida	440
Apéndice N° 10. Programa Diferencia vs. Consenso en la Programática Comunicativa.	441
Apéndice N° 11. Programa Historia de la Comunicación	442
Apéndice N° 12. Programa Ética y legislación de Medios de Comunicación	443
Apéndice N° 13. Programa Comunicación y Desarrollo.	444
Apéndice N° 14. Programa Comunicación y Drogas	445
Apéndice N° 15. Programa Lenguaje y Comunicación Visual	446

Apéndice N° 16. Programa Producción de Proyectos Visuales	447
Apéndice N° 17. Programa Investigación de los Problemas de la Comunicación	448
Apéndice N° 18. Programa Tesis en Comunicación Urbana	449
Apéndice N° 19. Programa Diagramación Especializada	450
Apéndice N° 20. Programa Artes Gráficas y Comunicación	451
Apéndice N° 21. Programa Edición de Diarios	452
Apéndice N° 22. Programa Edición de Revistas	453
Apéndice N° 23. Programa Tipografía y Color	454
Apéndice N° 24. Programa Infografía en la Prensa Contemporánea	455
Apéndice N° 25. Programa Identidad e Imagen Urbana	456
Apéndice N° 26. Programa Estética y Comunicación	457
Apéndice N° 27. Programa Gerencia de Producción Editorial	458
Apéndice N° 28. Programa Fotografía I	459
Apéndice N° 29. Programa Fotografía II	460
Apéndice N° 30. Programa Radio I	461
Apéndice N° 31. Programa Radio II	462
Anexo N° 32. Programa Radio III	463
Anexo N° 33. Programa Cine I	464

Apéndice N° 34. Programa Cine II	465
Apéndice N° 35. Programa Cine III	466
Anexo N° 36. Programa Televisión I	467
Apéndice N° 37. Programa Televisión II	468
Apéndice N° 38. Programa Taller de Televisión	469
Apéndice N° 39. Programa Publicidad	470
Apéndice N° 40. Programa Lenguaje Publicitario	471
Apéndice N° 41. Programa Visualización y Redacción Publicitaria	472
Apéndice N° 42. Programa Análisis Crítico de la Publicidad	473
Apéndice N° 43. Programa Mercadotecnia	474
Apéndice N° 44. Programa Investigación de Mercado	475
Apéndice N° 45. Programa Creatividad y Comunicaciones Integradas de Mercadotecnia	476
Apéndice N° 46. Programa Relaciones Públicas I	477
Apéndice N° 47. Programa Relaciones Públicas II	478
Apéndice N° 48. Programa Gerencia	479
Apéndice N° 49. Programa Diseño de Organización	480
Apéndice N° 50. Programa Campaña Publicitaria y Estrategia de Medios	481
Apéndice N° 51. Programa Comunicación Organizacional y el Internet.	482

Resultados del Registro de Programas de la Escuela de Educación de la
Universidad Central de Venezuela

Apéndice N° 52. Programa Pensamiento, Lenguaje y Comunicación	484
Apéndice N° 53. Programa Informática y Educación	487
Apéndice N° 54. Programa Psicología Educativa	489
Anexo N° 55. Programa Sociología de la Educación	491
Apéndice N° 56. Programa Historias de las Ideas Pedagógicas	494
Apéndice N° 57. Programa Teorías Pedagógicas Contemporáneas	500
Apéndice N° 58. Programa Artes Plásticas	503
Apéndice N° 59. Programa Expresión Verbal y Literaria	506
Apéndice N° 60. Programa Expresión Psicomotriz y Musical	510
Apéndice N° 61. Programa Comunicación Organizacional	513
Apéndice N° 62. Programa Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales	516
Apéndice N° 63. Programa Sistemas de Información	521
Apéndice N° 64. Programa Introducción a las Ciencias Sociales	525
Apéndice N° 65. Programa Técnicas de Documentación e Información	528
Apéndice N° 66. Programa Psicopedagogía	529
Apéndice N° 67. Programa Relaciones Interpersonales	533

Apéndice N° 68.- Cuestionario de entrevista grupal para estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela	535
Apéndice N° 69.- Cuestionario de entrevista grupal para estudiantes de Comunicación social de la Universidad Central de Venezuela	537
Apéndice N° 70.- Lista de participación de entrevista grupal de los estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela	540
Apéndice N° 71.- Lista de participación de entrevista grupal de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela	541
Apéndice N° 72.- Transcripción de entrevista grupal de estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela	542
Apéndice N° 73.- Transcripción de entrevista grupal de estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela	554
Apéndice N° 74.- Cuestionario para entrevista: Visión internacional	571
Apéndice N° 75.- Cuestionario para entrevista: Visión nacional	575
Apéndice N° 76.- Cuestionario para entrevista: Visión educativa	573
Apéndice N° 77.- Entrevista internacional al especialista en educomunicación Guillermo Orozco	577
Apéndice N° 78.- Entrevista internacional a especialista en educomunicación Darwin Franco.	582

Apéndice N° 79.- Entrevista nacional a especialista en educomunicación Bernardino Herrera.	586
Apéndice N° 80.- Entrevista nacional a especialista en educomunicación William Bracamonte.	591
Apéndice N° 81.- Entrevista a especialista en el área educativa Marina Polo	596
Apéndice N° 82.- Entrevista a especialista en el área educativa a Ruth Díaz	599

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el ecosistema comunicacional representa el eje transversal de los procesos de interactividad en las sociedades del mundo contemporáneo. Los continuos avances, en una realidad cada vez más globalizada por las tecnologías de la información y la comunicación han contribuido en la formación de una sociedad caracterizada por lo audiovisual y mediático.

Sin duda alguna, los medios de comunicación, en especial la televisión, han superado las barreras del tiempo y del espacio para penetrar en la dinámica social de niños, jóvenes y adultos. El consumo de este medio crece históricamente en Venezuela y se visualiza a través del proyecto de televisión digital abierta de forma versátil en la renovación de sus recursos programáticos, técnicos y de mercadeo. Cada vez más programación, más accesible a sus audiencias desde diferentes pantallas y más necesaria en el mundo cotidiano.

La televisión no sólo es un instrumento de propagación de contenidos y de publicidad, su responsabilidad social repercute en la influencia directa que posee en las formas de construcción del conocimiento y en los procesos de aprendizaje, involucrándose directamente en la formación cultural de la sociedad. Este medio, parece una escuela paralela desde el entretenimiento, porque se encuentra inmerso en aspectos relacionados con la producción de la cultura, formas de ver la vida, relaciones familiares y sociales, proyección de valores y reforzamiento de actitudes, entre otros.

Desde esta realidad, el medio colabora en el diseño de nuevas formas de ser y estar en la sociedad globalizada, donde los seres humanos se desenvuelven a la par de los procesos de enseñanza institucionalizados y tradicionales. La televisión ha contribuido en estimular el aprendizaje desde los escenarios no formales e informales, gracias a los dispositivos tecnológicos que hacen cada vez más accesible y móvil sus contenidos.

En este contexto, se evidencia la necesidad de reflexionar sobre el ámbito televisivo y los retos de la educación en preparar a los ciudadanos para desenvolverse de forma crítica, autónoma y creativa frente a los contenidos que reciben de este medio de comunicación. En este sentido, la nueva práctica social requiere de novedosas estrategias educativas que posibiliten una sociedad consciente del papel que deben desempeñar en espacios cada vez más mediatizados.

Esta realidad refleja una preocupación mundial, donde por más de cinco décadas y desde diferentes países se han desarrollado variadas estrategias y propuestas metodológicas para estimular la disciplina de la educación para los medios. Por ejemplo, para 1988 en España se desarrolló el curso dirigido a profesores centrado en el análisis de los contenidos de la televisión desde perspectivas críticas y creativas denominado *Los medios de comunicación en los procesos instructivos* diseñado por Luisa Sevillano y Donaciano Bartolomé. En México los educomunicadores Mercedes Charles y Guillermo Orozco desarrollaron en 1995 la *Guía del televidente para padres de familia* que constituye un programa de educación para los medios en dos etapas.

En el diseño de las propuestas educomunicativas los profesionales de la comunicación social y los educadores poseen una responsabilidad patagónica. Desde esta premisa, se sumerge el presente trabajo, el cual está enfocado en exaltar la necesaria formación universitaria que deben poseer estos profesionales para estimular desde sus campos laborales audiencias y producciones audiovisuales que profesen un consumo de la televisión responsable, crítica y creativa, además de estar contextualizada en la realidad que caracteriza al país.

La penetración del medio televisivo aumenta constantemente y su desempeño se encuentra regulado, a través de marcos legales que promueven el desarrollo de planes de formación sobre la percepción crítica dirigida a la educación básica y a los usuarios y usuarias de los medios. Sin embargo, el Estado venezolano no cumple completamente estas disposiciones y su impacto es a pequeña escala. Al respecto, es

necesario analizar si los docentes y comunicadores sociales están siendo formados en educomunicación para la televisión.

Es por ello, que la investigación partió de la fundamentación teórica para brindar una propuesta práctica a través del diseño de recomendaciones transversales en los programas de formación de ambas profesiones sobre aspectos educomunicativos. De esta forma, el estudio se enfocó en la Escuela de Comunicación Social y la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela, principal casa de estudio en el país y pionera en la formación de éstas profesiones.

De esta forma, se diseñó para los docentes de ambas escuelas recomendaciones teóricas y prácticas para acercar a los estudiantes a la disciplina de la educomunicación, comprendiendo que la educomunicación no puede ser considerada como un simple método de análisis de mensajes masivos y que su propósito está más encaminado en desarrollar diferentes modalidades de enseñanza a través de metodologías que fortalezcan el desenvolvimiento de la sociedad frente a la presencia de los medios. Así, los futuros profesionales contarán con herramientas para generar espacios de reflexiones a los procesos mediáticos, las producciones realizadas, sus mediaciones, y así promover la calidad de los mensajes transmitidos y la recepción responsable de sus contenidos.

La elaboración de este trabajo abarca cinco capítulos y se inicia con la formulación del Problema de Investigación, donde se describe: Planteamiento, Justificación, Alcances y Objetivos, tanto Generales como Específicos. Esta información se encuentra plasmada en el **Capítulo I: El Problema de la Investigación**.

El **Capítulo II: Fundamentos Teóricos de la Educomunicación para la Televisión**, contiene los postulados teóricos metodológicos que fundamentan la propuesta, así como un análisis sobre los medios de comunicación y educación en el marco del mundo contemporáneo. Entre los fundamentos teóricos se enumeran: la

teoría multidimensional de la Educación para los medios (José Martínez de Toda), la lectura crítica de la televisión (Mario Kaplún), el método psicológico comprensivo (Joan Ferrés), Teoría de las Mediaciones (Guillermo Orozco), la autonomía crítica (Len Masterman) y Aprender a educar en mediaciones (Gustavo Hernández).

En el **Capítulo III: Marco Metodológico** se presenta la explicación de cómo se llevó a cabo la investigación, la cual comprende una investigación de campo en dos fases y los distintos instrumentos y métodos usados para cada una de ellas. Seguidamente, en el **Capítulo IV: Análisis de aspectos vinculados sobre educomunicación televisiva en las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la UCV** se describen y analizan los resultados de la ejecución del diseño metodológico del trabajo de investigación.

El **Capítulo V: Propuesta Teórico Metodológica en Educación Televisiva dirigida a Estudiantes de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la UCV** comprende: la motivación y contextualización del diseño de la propuesta, en la cual se reflejan los propósitos, objetivos generales y específicos, contenidos programáticos y las posibles estrategias y orientaciones metodológicas a ser ejecutadas de forma transversal en el proceso formativo. Esta propuesta está diseñada para los docentes, los cuales estimularán en los futuros profesionales la necesidad de fortalecer el diálogo interdisciplinar que existe entre la educación y la comunicación como centro de la educomunicación.

Posteriormente se presentan las conclusiones, donde se exponen de manera detallada las observaciones finales de toda la investigación. Luego se encuentran las referencias, con el listado de todas las fuentes documentales, electrónicas y vivas consultadas; y los apéndices en formato digital (CD), que contienen los instrumentos de recolección y análisis de datos, los cuadros de registro de información de los programas de estudios analizados, transcripciones de los focus group, entrevistas a los especialistas y demás informaciones secundarias a las cuales el lector puede acudir para ampliar aún más sus conocimientos con respecto a la investigación realizada.

Fueron muchas las dificultades enfrentadas para el desarrollo de este trabajo, tales como paros académicos, la situación país, negativa de algunos profesionales a colaborar, desanimo de especialistas nacionales en educomunicación, desinterés expresado por parte de la muestra estudio y hasta la emigración de la autora de la tesis en busca de bienestar social. Sin embargo, se lograron los objetivos y el placer de sumergirse en el lago de pensamientos y de acciones educomunicativas que se presentan a continuación. Es de destacar, que este trabajo iniciado en la especialización de Educación para el Uso Creativo de la Televisión, bajo el título de “Comunicadores Críticos de la Televisión” se mantiene como línea de trabajo, el cual se enriquece porque contempla a educadores y comunicadores sociales como el binomio de todo proceso educomunicativo, y que continuaré desarrollando en próximas investigaciones.

El presente documento fue enriquecido con las recomendaciones realizadas por el jurado evaluador del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

Problema de Investigación

CAPÍTULO I:

Problema de investigación

Planteamiento del Problema

En la aldea global en la cual se relacionan las diferentes sociedades del mundo, las tecnologías de la información y la comunicación constituyen un escenario para el estudio sobre las múltiples interacciones que poseen las audiencias, con medios cada vez más versátiles y sofisticados, que extienden las posibilidades perceptivas y sensoriales de los seres humanos.

El expansivo protagonismo de los medios y las tecnologías en la actualidad, han convertido lo mediático como un aspecto imprescindible y de dependencia para el intercambio comunicacional, cultural, político, social y hasta económico de los países. Es por ello, que gracias a las tecnologías de la información y la comunicación se han diversificado las múltiples formas de aprendizaje que van más allá de la disciplina formal desarrollada en la institucionalidad académica. Se ha creado un continuo ciclo de conocimiento a través del vertiginoso proceso de los medios y las tecnologías, donde la televisión juega un papel fundamental en los procesos de aprendizaje no formales e informales.

En este contexto, en un mundo donde no podemos sustraernos de los medios y las herramientas técnicas que lo envuelven y masifican, es eminente el análisis del papel que representan en el cumulo de sensaciones, emociones e interacciones que estimulan mediante el entretenimiento, la información y la educación. La televisión a través de sus diferentes modalidades de producción y difusión ha multiplicado cada vez más sus accesos en cualquier lugar y momento, renovando sus recursos técnicos y de marketing. La televisión posee “una extraordinaria capacidad para incidir en los conflictos que atraviesa cada sociedad en su interior, así como entre ellas. Y por otra parte, un no menos influyente poder económico, que ha crecido permanentemente desde sus orígenes hasta la actualidad” (Petroselli, 2004: 231).

Esta realidad televisiva que se evidencia a escala mundial, no ha dejado atrás a Venezuela, donde la penetración de este medio continua creciendo vertiginosamente. Para el año 2001, la televisión abierta por hogares, según Datos Información Resources, ocupaba el 98% en las 8 principales ciudades del país y la televisión por suscripción por cada 100 habitantes era de 41 (Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2001:17). En el período del 2002 al 2004 inició un proceso de crecimiento, gracias al apoyo de las políticas gubernamentales, de las estaciones de televisión abierta en las bandas VHF y UHF, al incluir en todo el territorio nacional estaciones comunitarias y al incrementarse el consumo de las empresas de televisión por cable, según datos del anuario Estadístico 2003-2004 de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

Para el año 2014 la difusión de televisión por suscripción creció 12% en un año, incorporando 483.383 nuevos suscriptores en el periodo 2013-2014, donde la penetración de la televisión paga alcanzó 64 suscriptores por cada 100 hogares venezolanos. Asimismo, la televisión por suscripción representó el tercer lugar en los ingresos operativos por servicios en las estadísticas del sector telecomunicaciones al cierre del IV trimestre del 2014 (CONATEL, 2014: 3). Para el año 2015, este crecimiento no se detuvo y se estimaron 68 suscriptores del servicio de difusión por suscripción por cada 100 hogares (CONATEL, 2015:12).

Es de destacar, que la difusión de la programación televisiva también se realiza a través del internet y la telefónica móvil, al difundir su señal en vivo o al realizar la selección de contenidos diarios que son colgados en la red para su consulta. En este sentido, vale resaltar que según CONATEL al cierre del 2015 en el país se contaba con 95 líneas móviles activas por cada 100 habitantes (CONATEL, 2015: 7). Estos resultados ponen en evidencia los múltiples accesos tecnológicos a los cuales se pueden recurrir para disfrutar de la programación televisiva. En este sentido, McLuhan sostenía que la expresión “medios de comunicación de masas” no se refiere tanto al tamaño de la audiencia como al hecho de que todas las personas se ven implicadas en ellos simultáneamente (MacLuhan, 1964:352).

En consonancia con estos datos, el proyecto de televisión digital abierta del país continúa avanzando, a través del cual la televisión analógica será sustituida por el estándar de transmisión japonés-brasilero ISDB-Tb. A pesar de que el proyecto se encuentra en desarrollo desde el 2009 y el apagón analógico se tiene previsto para el 2020, en la actualidad se continúa trabajando en las fases de preparación del marco regulatorio, entrega de decodificadores y la transición al sistema digital.

La implementación de la televisión digital contempla un abanico de nuevas posibilidades en la transmisión de su programación, donde la novedad radica en su efecto económico por el abaratamiento de los soportes, ampliación de la oferta de los canales y programas televisivos, así como la capacidad de interactividad con el medio. Tecnología que es completamente nueva para los venezolanos y cuya capacitación técnica, más no educomunicativa, ha sido realizada hasta los momentos a pequeña escala, a través de la creación de nuevos canales de televisión digital abierta del Gobierno Nacional, tales como Conciencia TV, Tv FAN y entre otros.

Desde esta perspectiva, vale la pena entonces identificar la capacidad que este medio de difusión representa como un poderoso instrumento para la definición de ideas, formas de vida y movilización política y económica, a través de la formación de la opinión pública, los cambios que produce en las formas de aprendizaje y las representaciones sociales que difunde. Por ejemplo, en Venezuela 87 estudios realizados durante los periodos 1963-1993 demostraron que un 77% de las imágenes transmitidas por la televisión de señal abierta establecían relación directa entre la observación de la televisión y las conductas agresivas presentadas por los niños, niñas y adolescentes. En 1995 el Instituto Nacional del Menor investigó la relación “Televisión, violencia y niños”, encontrando en las transmisiones un saldo de 1.743 hechos de violencia explícita (CONATEL, 2006).

No obstante para el 2014, la realidad de la programación difundida por la televisión no fue muy alentadora. Durante este año CONATEL realizó la monitorización de 700 mil horas de contenidos difundidos, detectando 18 mil

infracciones en el campo televisivo a la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, para realizar los llamados de atención y aperturas de procedimientos administrativos sancionatorios por sus contenidos programáticos. Se hacen sanciones, pero no se preparan a los usuarios para ser conscientes de lo que observan a través de las pantallas.

Históricamente en el área internacional muchos países evidencian la necesidad que desde el escenario educativo se fomente el proceso dialógico y crítico de los mensajes mediáticos que escuchan y observan los niños, niñas, adolescentes y adultos fuera de la educación formal. Es por ello, que la escuela y la universidad, reconocen las implicaciones de la televisión en sus distintas modalidades para hacer de la práctica educativa un hecho actual, activo, entretenido, divertido, participativo y libre, pero sobre todo donde las audiencias sean conscientes de los contenidos que sintonizan.

Esta situación es una preocupación mundial y expresada por la UNESCO en la Declaración sobre Educación de los Medios, donde esta organización sostuvo que *“Los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación”* (UNESCO, Declaraciones sobre Educación de los Medios, 1982).

Asimismo, en esta declaración también se sostiene que: *“La educación relativa a los medios de comunicación será más eficaz si los padres, los maestros, el personal de los medios de comunicación y los responsables de las decisiones reconocen que todos ellos tienen un cometido que desempeñar en la creación de una conciencia crítica...”*.

Con relación a esta obligación, el Estado venezolano fomenta a través de talleres la educación para los medios a pequeña escala, sin planificación nacional, no involucra a todos los sectores académicos del país y en especial a los educadores y a los comunicadores. Frente a esta realidad, existen instrumentos legales en nuestro país

que regulan los contenidos que son transmitidos en los medios y promueven el desarrollo de planes de formación dirigidos a una educación para la visión crítica, tales como la Ley Orgánica de Educación, Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes y la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (RESORTEME), entre otros.

La Ley Orgánica de Educación sostiene en su artículo 9 que en los sistemas educativos del país se deben “incorporar unidades de formación para contribuir con el conocimiento, comprensión, uso y análisis crítico de contenidos de los medios de comunicación social”. Se han incorporado elementos en los programas de estudios de educación primaria y secundaria que pretenden promover la autonomía crítica sobre el hecho comunicacional. Sin embargo, el Ministerio del Poder Popular para la Educación, desde la reforma parcial de la Ley en el 2009, no le ha brindado herramientas a los docentes en ejercicio de la profesión, así como a los futuros docentes que se encuentran en formación, sobre la recepción crítica de los contenidos, ni se ha avanzado en la creación de esas unidades de formación para la comprensión y estudio de los medios.

Por su parte, desde la puesta en marcha de la Ley de Responsabilidad Social en el año 2004 hasta la actualidad, los cambios observados en la televisión del país están más relacionados a clasificaciones de espacios que a la calidad de los programas producidos. Al igual que en el anterior instrumento legal (RESORTEME, 2004), contempla en su articulado la promoción de actividades formativas para estimular una recepción crítica de los mensajes que son difundidos por los medios.

En esta tarea se han realizado esfuerzos desde el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación (MIPPCI) y CONATEL, los cuales no han estado vinculados con el Ministerio de Educación o Universidades. Asimismo, estas actividades han sido diseñadas para usuarios y usuarias de los medios en general o para productores nacionales independientes.

De esta manera, CONATEL formó en el 2014 a 500 venezolanos a través de cursos de 16 horas académicas en herramientas críticas y analíticas necesarias para comprender los mensajes mediáticos y a 300 mujeres en materia de crítica de contenidos para defender sus derechos como usuarias de los medios (CONATEL, 2014). Por su parte, el MIPPCI en el 2014 dictó 20 cursos de 16 a 24 horas académicas sobre el ámbito audiovisual capacitando a 391 productores nacionales independientes, de los cuales sólo 40 participantes fueron formados a través de dos cursos dedicados exclusivamente a la educación para los medios en la dimensión crítica.

Adicionalmente, esta Ley contempla el financiamiento de proyectos sobre educación para la percepción crítica de los contenidos difundidos por los medios, a través del Fondo de Responsabilidad Social. Según datos de CONATEL desde el 2006 al 2013 sólo se habían culminado tres proyectos sobre percepción crítica, los cuales comprendían más de 180 talleres de corta duración académica distribuidos sólo en el Distrito Capital y los estados Carabobo y Lara. Hasta el último trimestre del 2014, se encontraban en ejecución más de 20 proyectos sobre percepción crítica.

La poca articulación con las instituciones académicas donde se vincule a los profesionales de la educación y la comunicación, como principales actores del hecho comunicacional, ponen en evidencia la poca viabilidad de cumplir efectivamente con las disposiciones establecidas en los dos instrumentos legales anteriormente mencionados. Además, las actividades formativas ejecutadas por el MIPPCI y CONATEL carecen de continuidad en el tiempo al ser esporádicas y ejecutadas con programas de formación de corta duración académica y escasa profundidad en el desarrollo de sus contenidos, así como influenciadas por tendencias políticas.

En este sentido, la educación para los medios que consiste en desarrollar competencias metodológicas desde el punto de vista educativo y comunicacional con el fin de comprender a los medios y las mediaciones que generan en la sociedad, ha de ser una exigencia de formación universitaria para que se refleje en el ejercicio de las

profesiones de la comunicación y la educación, atendiendo a las necesidades de los usuarios y usuarias de los prestadores de servicios de televisión del país.

La labor educativa y comunicacional hace necesario que los educadores y comunicadores venezolanos posean una formación educomunicativa de los mensajes que producen y se difunden a través del medio televisivo. Todo ello, con la intención de convivir activamente con los mensajes de los medios y obtener aprendizajes útiles para la formación cultural, educativa, moral, política y social. Tal vez convendría preguntarnos, si los educadores y comunicadores venezolanos están siendo preparados ante la necesidad de la visión crítica, tanto en la recepción como en la producción de mensajes mediáticos para contribuir con lo expuesto en la Declaración sobre Educación de los Medios de la UNESCO y en cumplimiento de las Leyes nacionales que promueven esta disciplina.

Los educadores deben ser buenos comunicadores porque el proceso educativo involucra el intercambio constante de los conocimientos y contenidos con el educando, a través de una planificación pedagógica que debe estar relacionada con el contexto donde se desarrolla el estudiante. De esta manera, el proceso educativo debe ser consciente de la necesidad de “Educar en una cultura del espectáculo” porque los medios de comunicación son protagonistas en el día a día de las sociedades del siglo XXI (Ferrés, 2000:151).

Desde el campo universitario en la formación de los futuros educadores del país se evidencia que la televisión es presentada con un enfoque instrumental y como una tecnología educativa, cuando el aprendizaje del ecosistema mediático va más allá de este enfoque. Por otro lado, los comunicadores sociales juegan un papel importante en la dinámica de los medios, ya que muchos de ellos son los productores del contenido programático de las plantas televisivas, son imagen de la empresa comunicacional, gerencian y evalúan alternativas comunicacionales y realizan estudios de opinión pública para conocer las preferencias de las audiencias, entre otras actividades. En este

sentido, la formación profesional de los comunicadores sociales en el país está cargada de un alto nivel de alfabetización de los medios, así como una visión consciente y activa para el desarrollo de los contenidos que son producidos desde el mercado televisivo.

Sin embargo, en los programas de estudios de la Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Santa María, Universidad Católica Santa Rosa, Universidad Monte Ávila y la Universidad Bolivariana de Venezuela, donde se forma al mayor porcentaje de futuros comunicadores sociales en el país se reflejan escasas experiencias pedagógicas sobre educomunicación, además la mayoría son asignaturas electivas. Por su parte, la Universidad Central de Venezuela posee una especialización vinculada a esta disciplina directamente, la cual es denominada “Educación para el uso creativo de la televisión”, dirigida a educadores y comunicadores sociales que deseen desarrollar estudios en la materia.

Naturalmente, es necesario orientar a los futuros educadores y comunicadores sociales en el campo educomunicativo de la televisión, cuya tecnología de la comunicación y la información está cada vez más inmersa en las diferentes formas de construir el conocimiento, formas de aprendizaje y desarrollo de la vida en sociedad. Desde la formación universitaria en ambas profesiones se puede contribuir al cumplimiento de la Declaración de la UNESCO, así como las disposiciones legales que se vinculan a esta disciplina de la educomunicación en el país y cuyo cumplimiento desde el actual Gobierno Bolivariano se han realizado de forma poco planificada.

Por esta razón, considerando como principal casa de estudios a la Universidad Central de Venezuela, por ser pionera en la formación de educadores y comunicadores sociales en el país, según datos de la OPSU, en el presente trabajo de investigación se destacará la importancia de la educomunicación en la formación de estos futuros profesionales y su repercusión en la sociedad. De esta manera, a través del estudio de las teorías de la educación para los medios y de los programas de formación para docentes y comunicadores sociales se diseñarán propuestas metodológicas que puedan

ser aplicadas por los profesores en los programas de estudios dirigidas a las necesidades de los estudiantes de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la UCV, con el propósito de que estos profesionales cuenten con herramientas para generar espacios de reflexiones críticas a los procesos mediáticos, optimicen la calidad de los mensajes transmitidos, preparen a las audiencias para una mejor recepción de los mensajes y desarrollen proyectos, contenidos y materiales didácticos en comunicación para la educación.

Justificación de la Investigación

La presente propuesta constituye un aporte formal a las líneas de investigación en la Universidad Central de Venezuela que apuestan al desarrollo de nuevas miradas en las relaciones evidentes entre la educación, la comunicación y los avances tecnológicos que globalizan cada vez más nuestro desarrollo cultural. Para las Escuelas que forman a los profesionales de la pedagogía y la comunicación social en la UCV representa no sólo un material para entender la relación de ambas profesiones en los procesos para impulsar la disciplina de la educación para los medios, sino también una herramienta para experimentar de manera transversal nuevas formas de enseñar o poner en práctica a la educomunicación, a través de la producción de saberes.

La relación que como seres humanos poseemos con los medios de comunicación es constante y desde el ejercicio profesional de la pedagogía y la comunicación social es mucho lo que se puede aportar. Una formación que incentive la disciplina de la educación para los medios de la televisión permitiría fomentar una comprensión integral sobre las múltiples mediaciones y gratificaciones que engloba, a través de su instantaneidad, verosimilitud y exposición sonora –visual que le permite influir en los modos de representar al mundo.

Los educadores y comunicadores sociales ante esta realidad tienen la responsabilidad de proyectar y contribuir a la formación de un mejor futuro, a través

de la educación para la televisión, desde sus diversas dimensiones: alfabetizada, consciente, activa, crítica, social y creativa.

En este sentido, el presente trabajo de investigación contribuirá al desafío “de que el medio de comunicación hegemónico en la actualidad, participe de los valores propios de la civilización, cultive la inteligencia y apoye el enriquecimiento cultural” (Pérez, 1994:21). De esta manera, el estudio ayudará desde diferentes acciones a responder a la necesidad detallada en el planteamiento del problema.

Desde esta visión, se promueven estrategias pedagógicas dedicadas exclusivamente a la lectura de los mensajes que difunde el medio televisivo para que puedan ser incorporadas en la ejecución de los contenidos de los programas de los actuales pensadores de las carreras de Comunicación Social y Educación en la Universidad Central de Venezuela.

En segundo lugar, respalda el cumplimiento de las diferentes disposiciones legales establecidas en el país sobre la estimulación de la recepción crítica de los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación, en especial el televisivo, mediante el estudio y la profundización de alternativas, a través de la Universidad para conocer el ámbito seductor del aspecto audiovisual en la sociedad, creando escenarios de aprendizaje.

En tercer lugar, facilita a los futuros educadores y comunicadores egresados de la Universidad Central de Venezuela un conjunto de teorías y estrategias adecuadas para su desarrollo educativo integral que fomenten la visión educomunicativa de los mensajes y la producción de ideas creativas en el medio televisivo.

En cuarto lugar, esta investigación incentiva a discutir y ejecutar producciones en el ejercicio de la profesión comunicacional que garanticen materiales originales y diferentes a los transmitidos actualmente, programas de calidad en las áreas culturales, educativas, recreativas, informativas y de opinión. Además, los futuros educadores y

comunicadores podrán diseñar, dirigir, asesorar y evaluar planes para la educomunicación de los mensajes difundidos por los servicios televisivos, necesarios para los Comités de Usuarios y la sociedad en general. De esta forma, los educadores y comunicadores contribuirán con el cumplimiento de las disposiciones internacionales y nacionales sobre la educación para los medios.

Asimismo, es importante destacar que los educadores y comunicadores, como miembros de una sociedad, nunca dejarán de ser audiencia de la televisión. Por esta razón, este trabajo respalda que “el sentido del cambio posible sería hacia las audiencias y desde las audiencias. No desde los medios. En términos estratégicos, el desafío fundamental no son los medios sino la educación de las audiencias para conectarse de otras maneras con ellos, usarlos y aprovecharlos para sus propios objetivos” (Orozco, 2001: 113).

Alcances

- Promover la pedagogía de la educación para los medios dirigida a educadores y comunicadores sociales, con la intención de facilitar estrategias y herramientas que generen reflexiones críticas y creativas de los procesos mediáticos y optimicen la calidad de los mensajes transmitidos a través de la televisión y el uso que las audiencias le brindan a este medio.
- Estimular la educación para los medios, en especial el televisivo, el cual gracias a la utilización de otras tecnologías de la comunicación y la información, tales como el internet, posee un campo de acción más amplio en las audiencias.
- Potenciar las dimensiones de la educación televisiva de los estudiantes de las escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Analizar la pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela.

Objetivos específicos:

- Estudiar los fundamentos teóricos y metodológicos sobre educomunicación del medio televisivo.
- Identificar aspectos vinculados sobre la educomunicación televisiva en la formación universitaria para educadores y comunicadores en el país.
- Diseñar una propuesta teórica metodológica en educomunicación televisiva dirigida a estudiantes de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

CAPÍTULO II

**Fundamentos Teóricos y Metodológicos en
Educomunicación para la Televisión**

CAPÍTULO II

Fundamentos Teóricos y Metodológicos en Educomunicación para la Televisión

Educación y medios de comunicación en la sociedad

Una aproximación a la realidad

Las tecnologías de la comunicación y la información han configurado un nuevo modelo de vida social, cada vez más mediatizado y caracterizado por elementos dinamizadores y generadores de continuos procesos de innovación. Como sostiene Roda y Beltrán (1988:26) “la evolución de la humanidad parece apuntar hacia un mayor desarrollo de las capacidades comunicativas y hacia una regulación de la vida social cada vez más mediatizada, menos vinculada con la actividad primaria”.

Desde esta óptica, los medios de comunicación y en especial el televisivo penetran cada vez más en las sociedades, representando un elemento vital en la cotidianidad de la vida. Como lo expresa Moreno (1983:21), “la imagen y el sonido tecnificados penetran nuestras vidas y condicionan no sólo lo que comemos, bebemos o hacemos, sino incluso lo que deseamos y soñamos”.

La televisión se ha convertido en un instrumento no sólo para informar y entretener sino para crear un modelo de hombre y mujer mediatizado, donde el acceso al conocimiento va más allá de la figura institucionalizada de la escuela. Se aprende en cualquier lugar y momento, a través de la experiencia de la vida, pero sobre todo por los contenidos que difunde la televisión y los sistemas de interactividad que genera en los diferentes grupos sociales.

En la sociedad contemporánea cada día se incrementan los accesos a la televisión. Por ejemplo en Venezuela, según datos de CONATEL, en los servicios por suscripción por cada 100 habitantes 68 poseen acceso a este medio, considerado por muchos como un elemento necesario en el entorno personal y familiar. La televisión

representa una ventana para ver la vida, donde a través de otros dispositivos móviles y el internet se generalizan sus accesos.

Sociedades cada vez más urbanizadas permiten que los dispositivos tecnológicos contribuyan en el desarrollo de sus vidas, influyendo en sus hábitos y gustos para atenuar en la configuración de la cultura. La televisión, como una ventana abierta a diferentes contenidos sobre el mundo, presenta representaciones o interpretaciones particulares de él, las cuales podrían estar caracterizadas ideológicamente. Estos contenidos poseen un gran consumo en virtud de la penetración del medio en la población, su versátil accesibilidad y la cantidad de horas de visualización que las personas le brindan.

Los monopolios de las empresas comunicacional son abrumadores y se manifiestan a escalas nacionales e internacionales, donde diferentes emporios definen contenidos y los patrones mediáticos a difundir. “En la inmensa mayoría de los países en donde se autoriza la televisión privada, el sector está compuesto de muy contados agentes, determinados históricamente por la regulación (concesiones y licencias) o por la competencia” (Bustamante, 1999:86). Esta situación ha permitido que la televisión no sólo sea un monopolio como empresa comunicacional, sino que en la circulación de los contenidos también lo sea.

En un mundo cada vez más globalizado estas grandes cadenas televisivas estimulan la circulación internacional de contenidos, unificando la información que es difundida en los diferentes géneros del medio. En Venezuela progresivamente el Gobierno Nacional posee un monopolio en el manejo de los medios de comunicación, representando desde el 2013 siete canales de televisión, cuatro circuitos radiales, siete diarios y 280 medios comunitarios. Es de destacar, que no sólo la ideologización a través de la televisión podría ser responsabilidad de la empresa privada, sino también por los canales que son dirigidos por los gobiernos de los diferentes países.

Estas empresas televisivas son cada vez más rentables con las variadas redes de publicidad y propaganda que dirige, produce y difunde. De esta manera, las

transacciones económicas de la televisión de este siglo son enumeradas por Bustamante (1999:20-21) como: televisión pública (con financiamiento público); televisión publicitaria (con paquetes homogéneos a los anunciantes) y televisión de pago (vende disponibilidad de programas exclusivos). Este mismo autor, agrega que las grandes tendencias de esta televisión en su mayoría desregularizada, es globalizadora, integracionista desde sus perspectivas y convergencias.

Por su parte desde el ámbito académico, Orozco (2001: 104) sostiene que “las convergencias pedagógicas actuales entre lo televisivo y lo educativo tienen que fortalecerse y ampliarse. Las audiencias tienen mucho más que ver en la televisión y la educación toda tiene mucho que aprender de la televisión”. De este autor se desprende que la televisión demanda una nueva configuración del proceso didáctico y de la metodología, en virtud de que este medio diversifica los accesos al conocimiento.

Por tal motivo, el proceso de aprendizaje que se desarrolla debe ir más allá del simple uso de la televisión como tecnología educativa y concentrarse en las necesarias propuestas metodológicas para el aprendizaje y utilización del medio en situaciones intruccionales para didácticas comunicativas bidireccionales. Es necesario, por ello, estimular desde la educación la comprensión del mundo televisivo para una visualización racional y responsable del mismo. Al respecto, sería oportuno preguntarnos si la educación y la comunicación pueden trabajar de la mano y concretamente enmarcadas en el movimiento mundial de la *Educación para los Medios*, que desde hace más de seis décadas atrás ha ido retomando un papel protagónico en los contextos legales, educativos y sociales de diferente países.

Binomio educación y comunicación

La educación y la comunicación son la base para el desarrollo de la socialización de los individuos. “Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (Kaplún, 1985:68). Sin embargo, las disciplinas de

la educación y la comunicación durante décadas fueron consideradas como dos áreas del saber opuestas, a pesar de que en el ejercicio de cada una de ellas se identifican elementos en común.

La educación es realizada a través de un proceso de comunicación que el educador ejerce de forma constante con sus educandos para el desarrollo y cumplimiento de los propósitos contemplados en la planificación pedagógica. Por su parte, el ecosistema comunicativo también educa de una forma no institucionalizada, a través del proceso de emisión de sus contenidos dirigidos a un receptor en específico, del cual se espera que observe y escuche la representación que se realiza del mundo mediante las pantallas.

Al respecto, la comunicación ha sido definida por muchos autores. En su obra *Comprender la Comunicación*, Antonio Pasquali la concibe como:

La relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de la convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre (Pasquali, 1985: 52)

De esta manera, la comunicación es un proceso (Berlo, 1973 y Santoro, 1976), donde se pone en evidencia la necesidad de un emisor que debe poseer competencias, habilidades y confiabilidad en la construcción de los mensajes que emitirá. Esto con el propósito de que sus receptores, quienes recibirán el mensaje puedan entenderlo, interpretarlo y verbalizarlo con su emisor. Además de la presencia de un receptor y de un transmisor, para que se produzca una relación de comunicación resulta necesaria la existencia de un mensaje, el cual debe ser claro, comprensible y construido en los mismos códigos de los interlocutores.

Kaplún también consideraba a la comunicación como un proceso, en el cual “un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común”. Así la comunicación se diferencia de la información que comprende “cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor” (Kaplún, 1985:68).

En este sentido, la comunicación está vinculada con una relación persuasiva donde ambos interlocutores intercambian mensajes de diferentes tópicos. Se entiende por persuasión “una comunicación intencionada, premeditada, con objetivos conscientes, preestablecidos y específicos cuyo efecto es la creación, disminución, aumento o conversión de opiniones, actitudes y/o conductas” (D’Adamo, 2007: 62).

Adicionalmente, la persuasión en la comunicación se caracteriza por la creación de opiniones y actitudes donde antes no existían, así como el incremento o disminución de la intensidad de las actitudes preexistentes y la operación de efectos de conversión y desplazamiento de opiniones desde una posición hasta su opuesto (D’Adamo, 2007: 61).

Por esta razón, la comunicación está presente en muchos aspectos de la vida en sociedad y la educación no se queda atrás. Para Guillermo Orozco, todo proceso comunicativo puede ser educativo. “Se puede aprender siempre y en cualquier lugar y de cualquier fuente, haya o no educadores, ya que el aprendizaje proviene tanto de la enseñanza, como de la imitación y la experimentación” (Orozco, 2000:63).

Para Luzuriaga (1980) la educación es un proceso histórico, dinámico y complejo que ha definido la práctica social de las naciones, a través de formas informales, espontaneas, sistemáticas e intencionadas. Por eso, este autor sostiene que:

La educación es un elemento esencial y permanente de la vida individual y social, no se ha realizado siempre del mismo modo, sino que ha variado conforme a las necesidades y aspiraciones de cada

pueblo y de cada época. En tal sentido, la educación tiene su historia, donde se puede visualizar los cambios y el desarrollo que ha experimentado a través del tiempo (Luzuriaga, 1980:12).

Josef Gottler (1962), en su obra de *Pedagogía Sistemática*, expone que el fin de la educación está dirigido a lograr que el educando pueda poseer una capacidad y la buena voluntad necesaria para llevar una vida valiosa dentro de los círculos que circunscriben la existencia humana. Para este autor, al igual que la comunicación, la educación posee una relación directa con la ideología de las naciones, la estructura social, el diseño de la fuerza laboral y los valores culturales de los pueblos, donde a través de múltiples variables se diseña una dinámica propia sometida a leyes y generadora de leyes.

Para Jacques Delors la educación debe llevar a cada persona a descubrir, despertar e incrementar sus posibilidades creativas (Delors, 1996:82). Claro está que el proceso educativo debe contemplar la masificación del conocimiento y como aplicarlo estimulando habilidades, así como el aprendizaje de valores y actitudes.

Para Gagne, el proceso de aprendizaje tiene como objetivo capacitar a los seres humanos “para modificar su conducta con una cierta rapidez en una forma más o menos permanente, de modo que la misma modificación no tiene que ocurrir una y otra vez en cada situación nueva. Un observador externo puede reconocer que ha ocurrido el aprendizaje cuando se percata de la presencia de una transformación en la conducta y también de la persistencia de esta transformación” (Gagné, 1975:13).

Al respecto Paulo Freire sostenía que la transformación educativa del hombre persigue el crecimiento humano y social para innovar la cultura cada día y dejar de lado posiciones quietistas que alejen los procesos de transividad, criticidad y racionalidad (Freire, 1977:85).

Una educación basada en la comunicación entre el educador y el educando, realidad que Paulo Freire resalta al sostener que la educación debe permitirle al hombre la oportunidad de discutir su problemática a través del diálogo constante con el otro. Es decir, no existe una verdadera educación sin comunicación activa y crítica en el proceso de aprendizaje.

En estas dos disciplinas la retroalimentación es vital. Es por ello, que el proceso educativo se nutre de sus educandos, porque de las necesidades académicas que son identificadas en sus alumnos surge la planificación pedagógica. Por su parte, en la comunicación el receptor posee un papel fundamental porque el conocimiento que se tenga de él influirá en el diseño de los mensajes para lograr los procesos de persuasión necesarios. Además, “la verdadera comunicación, no comienza hablando, sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar” (Kaplún, 1985:119).

De esta forma, todo educador debe ser un buen comunicador. Joan Ferrés, en su obra, “Educar en una cultura del espectáculo” expresa que el educador debe ser un mediador, el cual debe poseer tres componentes: el dominio en los contenidos conceptuales, procedimentales o actitudinales; profundo conocimiento de las persona a las que han de transmitirse los contenidos y la capacidad de comunicar adecuadamente los conocimientos o procedimientos a impartir (Ferrés, 2000:151). El mismo autor sostiene que, “no puede haber enseñanza, como no puede haber comunicación, sin la capacidad de conciliar esta doble fidelidad: a los contenidos que se pretenden comunicar y a los receptores de estos contenidos” (Ferrés, 2000:154).

La educación como proceso cultural que evoluciona constantemente ha utilizado diversos métodos en su ejercicio. Mario Kaplún en su obra, “El Comunicador Popular”, enumera tres modelos pedagógicos basados en el texto de Juan Díaz Bordenave sobre “Las nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación” (Kaplún, 1985:119). Estos tres modelos son los siguientes: Educación que pone el énfasis en los

contenidos, educación que pone el énfasis en los efectos y educación que pone el énfasis en el proceso.

Al analizar cada modelo educativo se refleja una forma de comunicación. La educación que realiza un énfasis en los contenidos es la considerada como “tradicional”, la cual “deposita conocimientos en la mente del educando. Se trata de ‘inculcar’ nociones, de introducirlas en la memoria del alumno, el que es visto como receptáculo y depositario de informaciones” (Kaplún 1985:21, citado de Paulo Freire, 1970).

Este tipo de educación también es llamado “educación bancaria” y Paulo Freire sostiene que se caracteriza porque el educador “es siempre quien educa, es quien habla, prescribe, norma, pone las reglas, escoge el contenido de los programas es quien sabe, es el sujeto del proceso” (Kaplún, 1985:22). Mientras que el educando “es quien escucha, obedece, sigue la prescripción, lo recibe en forma de depósito, es el que no sabe, es el objeto del proceso” (Kaplún, 1985:22).

La comunicación de este modelo es unidireccional, donde el comunicador “emite, habla, escoge el contenido de los mensajes, es siempre el que sabe” y el receptor simplemente “recibe la información, escucha, es el que no sabe” (Kaplún, 1985:24). Esta comunicación no incluye retroalimentación y simplemente está presente la vía de emisor, mensaje y receptor.

La educación que realiza énfasis en los efectos se caracteriza en generar hábitos a través de métodos conductistas. El objetivo de este tipo de educación propone que el estudiante ejecute acciones, le brinda importancia a la motivación, rechaza el modelo libresco y plantea retroalimentación en la comunicación entre el educador y el educando (Kaplún, 1985:30).

La persuasión es un punto clave en este tipo de educación que plantea el cambio de actitudes. “Entendiendo como la sustitución de hábitos tradicionales por otros

favorables a las nuevas prácticas; pero siempre hábitos, vale decir, conductas automáticas, moldeadas, condicionadas” (Kaplún, 1985:34).

El esquema de comunicación que se desarrolla en este modelo educativo está dirigido a obtener una retroalimentación o *feedback*, el cual permitirá comprobar si el efecto previsto fue logrado en los educandos. Entonces, en este modelo el receptor pasa a ser emisor para emitir una respuesta en relación al estímulo provocado inicialmente, dicha respuesta será el instrumento para el control y la verificación por parte del emisor inicial (Kaplún, 1985:41).

El énfasis en el proceso, es el modelo educativo reciente, el cual se centra en la persona para lograr la educación. Este modelo persigue formar a las personas para lograr la transformación de su realidad. “Es ver a la educación como un proceso permanente, en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento” (Kaplún, 1985:51).

Este modelo resalta la importancia de la reflexión de la realidad a partir de las experiencias de los estudiantes junto a los demás, para generar acciones que permitan el cambio de las problemáticas analizadas. “El modelo se basa en la participación activa del sujeto en el proceso educativo; y forma para la participación en la sociedad” (Kaplún, 1985:53).

La comunicación en este modelo educativo presenta una retroalimentación que crítica, pero que genera transformación, la cual no es condicionada por el emisor. Por ello, en esta educación consideran “necesario que los estereotipos y los hábitos del hombre dominado afloren a su conciencia y él vaya poco a poco revisándolos críticamente” (Kaplún, 1985:54).

Es una educación que promueve la crítica y la comunicación a través del diálogo para integrarse a la sociedad. “La educación es un acto de amor, por tanto, un acto de

valor. No puede temer el debate, el análisis de la realidad; no puede huir de la discusión creadora, bajo pena de ser una farsa” (Freire, 1970: 92).

En este modelo educativo pretende crear una conciencia crítica. Paulo Freire la define como “la representación de las cosas y de los hechos como se dan en la existencia empírica, en sus correlaciones causales y circunstanciales” (Freire, 1970:101, citado de Vieira Pinto). En conclusión, “el hombre en el mundo y con el mundo. Como sujeto y no meramente como objeto” (Freire, 1970: 106).

La educación como la comunicación es un hecho social. Es por ello, que la pedagogía es una ciencia social que ha evolucionado a la par del hombre. En este sentido, “cuando se estudia históricamente la evolución de la educación se identifica que los sistemas de educación dependen de la religión, de la organización política, del grado de desarrollo de las ciencias, del estado de la industria, entre otros” (Bedoya, 2005, 1935:11). En este sentido, la pedagogía representa los argumentos y razones que facilitan el proceso educativo que comprende la enseñanza-aprendizaje, contemplando los planes de estudios, postulados teóricos y las estrategias de enseñanza.

La pedagogía educativa es vista por varios autores como una ciencia, un arte o una técnica. Lemus en su obra *Pedagogía Temas Fundamentales* presenta una visión sobre estas tres tendencias de la pedagogía, de la siguiente forma (Lemus, 1969: 34):

- Pedagogía como arte. Para este autor la pedagogía tiene como objeto el estudio de la educación, cuya disciplina puede presentar características de una obra de arte creadora de seres humanos, donde el artista es el maestro que hace uso del amor, sabiduría y habilidades.
- Pedagogía como técnica. La pedagogía puede ser considerada como una técnica porque contempla los parámetros y normas que delimitan el arte de educar.

- Pedagogía como ciencia. Esta rama del conocimiento cumple con las características principales de la ciencia, pues posee un objeto propio de investigación, principios reguladores, constituye un sistema y usa métodos científicos como la observación y experimentación.

El pensamiento de la pedagogía ha evolucionado históricamente, filósofos como Demócrito, Quintiliano, Sócrates, Aristóteles y Platón fueron los primeros en presentar reflexiones sobre la importancia del proceso educativo y los campos de acción necesarios para educar de forma efectiva.

En este sentido, la pedagogía evoluciona a la par de los hechos históricos que se desenvuelven con el crecimiento social, económico y político de las naciones. Es por ello, que para propiciar una auténtica formación desde cada saber se deben estructurar los contenidos desde una óptica epistemológica y pedagógica, entendiendo a ésta como la intencionalidad formativa (Bedoya, 2005:101).

En la obra de Lemus se presenta un resumen de las clases de pedagogía, donde se mencionan las siguientes: pedagogía normativa, descriptiva, psicológica y teológica (Lemus, 1969:65-70).

Para este autor la pedagogía normativa contempla dos ramas de esta disciplina, específicamente la filosófica y tecnológica. Entendiendo la filosófica como aquella que se dedica al estudio del objeto de la educación, los ideales y valores que comprenden la axiología pedagógica y los fines educativos. Por su parte, desde el campo tecnológico la pedagogía se dedica al abordaje de los siguientes aspectos: la metodología que da origen a la pedagogía didáctica, la estructura que constituye el sistema educativo y el origen a la organización y administración escolar.

La pedagogía descriptiva estudia a la disciplina de la educación en su hecho real, es decir, como ocurre en su escenario natural y para ello realiza narraciones de los

acontecimientos culturales que la conforman, así como de los elementos y factores que intervienen en su práctica.

Para este mismo autor, la pedagogía psicológica también se encuentra en el campo educativo, donde se evidencian teorías y herramientas de las corrientes psicológicas que son utilizadas para el proceso de aprendizaje en los estudiantes. Desde esta perspectiva, también se pone en evidencia la pedagogía teológica que se apoya en la búsqueda de la verdad inspirada en la creación de sentido del mundo.

Para concluir, es necesario considerar que la pedagogía depende de la educación y la educación requiere de la pedagogía. La educación está orientada a transmitir y recibir conocimientos, mientras que la pedagogía es la disciplina que se encarga del estudio de la práctica educativa.

Educación para los medios: Conceptualización

La educación para los medios o la educación mediática es una disciplina que se ha desarrollado durante varias décadas y está vinculada con propuestas y estrategias educativas y comunicacionales que poseen como propósito formar a las audiencias en la interpretación activa y crítica de los contenidos difundidos por los medios de comunicación, considerando las significaciones producidas en el ciclo de la sociedad.

Al estudiar el desenvolvimiento de esta disciplina, se evidencia que es identificada con una variada terminología, pero en su definición poseen objetivos en común. Entre estas denominaciones se pueden mencionar: educación en materia de comunicación, educación para los medios, lectura crítica de la comunicación, educación para la recepción activa, lectura dinámica de signos, pedagogía de la imagen, educomunicación, educación de la percepción, pedagogía de los medios, educación para la televisión, educación para la alfabetización audiovisual y educación para el uso de los medios de comunicación, entre otros.

Al consultar autores como García Mantilla (1993:64) para definir a la educación para los medios se entiende que inicia en los procesos de alfabetización audiovisual, pero trasciende este nivel para encadenarse “directamente con una concepción globalizada del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, como objetivo de estudio dentro de la escuela y como instrumento al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa”.

Para el British Fil Institute de Londres, citado por Bazalgette (1993:128) la educación audiovisual desarrolla la comprensión crítica de los medios e intenta ampliar el conocimiento que las audiencias poseen de los mismos para producir consumidores más competentes, activos y críticos. Desde esta concepción se valora la expresión y la comunicación dentro de un marco democrático, donde se identifica el poder que ejercen los medios, el cual puede ser usado como potencial.

En esta línea, la Guía de Recursos de Alfabetización Audiovisual de Canadá, (Duncan, 1989: 6-7), definen la enseñanza de los medios como el proceso de comprensión y uso de los medios de comunicación para ayudar a los alumnos a desarrollar un conocimiento y comprensión crítica de la naturaleza de los mismos, de las técnicas que utilizan y la incidencia de dichas técnicas para la construcción de la realidad y sus significados.

En este sentido, la educación mediática entiende como una necesidad para el afrontar la penetración de las tecnologías de la comunicación y la información en el desenvolvimiento de las sociedades, las cuales se caracterizan por estar inmersas en los procesos de aprendizaje y generación de conocimiento en las audiencias.

De esta manera, la educomunicación no sólo se enfoca en la visión consciente, crítica y creativa de las producciones televisivas o en considerar la necesidad de nuevos contenidos. Esta disciplina también contempla esfuerzos por brindar a las audiencias de los medios estrategias para la visualización responsable y el aprendizaje a través de la programación del medio de su preferencia. Es realizar una deconstrucción de los contenidos que a las audiencias le agrada para conocer el mensaje que presentan y las

políticas editoriales que lo envuelven, y así identificar su propósito y las razones porque es visualizada por las audiencias.

La educomunicación problematiza tanto el contenido de los medios como la relación que establecen estos contenidos con las audiencias en un contexto social determinado. Por lo tanto, no sólo se centra en utilizar a los medios como tecnologías educativas en la práctica docente. Es así como en 1973 el Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) considera como educación para los medios: el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje (Aguaded 1998:32 citando a UNESCO, 1984:8).

En 1979, convocados por la UNESCO un grupo de expertos plantearon una nueva definición de la educación en materia de comunicación, entendiéndola como: “Todas las formar de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en todas circunstancias, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes plásticas y técnica, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizadora, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación” (UNESCO, 1979).

Por tanto, para el Ministerio de Educación de Portugal, la educación en medios de comunicación es una acción pedagógica-didáctica, la cual es organizada, para promover una actitud crítica respecto a los mensajes de los medios (Pinto, 1988:28).

En el contexto de América del Sur, también se encuentran variadas concepciones sobre la educación para los medios, pero que coinciden en la estimulación de la autonomía crítica de las audiencias. Por ejemplo, Kaplún (1992:197) define esta práctica poniendo énfasis en los contenidos ideológicos de los mensajes, donde toda

audiencia debe pasar por la toma de conciencia de la ideología presente en los mensajes de los medios y del proceso ideológico implícito en las operaciones de codificación y decodificación de los mismos.

Desde Brasil, Oliveira Soares considera a la educomunicación como un “nuevo campo de intervención cultural social autónomo, denominado Interrelación Comunicación/Educación” (2000:31). Por su parte, en Ecuador Parra Alvarracín (2000:23), expresa que la “educomunicación se convierte en una línea orientadora, que cual conjunto estructurado de elementos teóricos y metodológicos está destinada a apoyar el ejercicio de la decodificación de los mensajes (...) Frente a lo oculto y lo latente, las prácticas educomunicativas son medios para el descubrimiento de la sustancia de los mensajes”.

Es de destacar, que para varios autores la educomunicación no puede ser entendida como comunicación educativa. Al respecto Hernández (2006: 35-36) señala que con similar desconcierto se observa cuando se confunde la Educomunicación con la Comunicación Educativa porque este último término es muy impreciso a los efectos de comprender la relación entre la educación y la comunicación de manera interdisciplinaria.

Para este autor venezolano, “la educomunicación es una interdisciplina que abreva desde el punto de vista teórico del campo educativo y comunicacional con el fin de generar propuestas que nos lleven a comprender tanto a los medios como al resto de las mediaciones sociales” (2006:35).

En resumen, se puede aportar que la concepción de la educación para los medios está relacionada con los conocimientos que se tengan de éstos, así como de sus estrategias de funcionamiento y producción, para estimular la capacidad en las audiencias para seleccionar los contenidos a consumir, descubrir sus intencionalidades y representaciones que difunden del mundo. Todo con el propósito de lograr una

autonomía crítica que analice los propios sentimientos de las audiencias para identificar los propósitos de los contenidos.

Para Orozco (2001: 2), la educación para los medios parte por reconocerse como sujeto-audiencia, donde considera como necesario: la transformación sustancial de la estructuración de los sujetos, la modificación del vínculo entre los sujetos sociales con su entorno y los acontecimientos, así como las fuentes clásicas de información y producción de conocimiento. El vínculo de la audiencia con los medios, según este autor, está definido por la cuádruple dimensionalidad que contempla: el lenguaje audiovisual, la mediacidad, tecnicidad y su institucionalidad. Estas dimensiones evidencian la relación del lenguaje de los medios con la realidad de las sociedades y su interacción global con la percepción que poseen de la realidad.

Propósitos de la educación para los medios

Al analizar la conceptualización que instituciones y autores le brindan a la educación para los medios, se identifican variados propósitos y objetivos que la caracterizan y la diferencian de otras disciplinas del campo educativo. Al respecto, Masterman (1993: 16-17-18) resumen varios aspectos por los cuales es necesario la educación mediática, entre los cuales se encuentran: Elevada penetración de los medios y sus índices de consumo por hogares en las sociedades; influencias ideológicas de las empresas comunicacionales en el desarrollo de aspectos de las naciones; fabricación de informaciones e impacto en manipulaciones y la necesidad de que las audiencias estén preparadas para manejar las exigencia de las tecnologías de la comunicación.

Según el Manual Latinoamericano en Educación para la Comunicación (1992: 20-21), esta disciplina tiene como función formar conciencia crítica y una actitud activa frente al discurso de los medios de comunicación. En este documento se considera que la conciencia crítica está relacionada con la comprensión del proceso de producción de los mensajes y los signos y códigos que emplea, así como la confrontación con los valores de la audiencia para el fortalecimiento de su consumo mediático. Por su parte,

la estimulación de una actitud activa está orientada al proceso de identificación del papel que representan los medios y las tecnologías en el mundo actual para potenciar y reconocer alternativa de cambio.

Por tanto, la educación para los medios no posee como propósito concentrarse exclusivamente en contenidos conceptuales, de esta forma también se orienta en aspectos actitudinales y de percepción en las audiencias. Respaldando esta premisa, Masterman (1985:12) sostiene que “la tarea verdaderamente importante y difícil del profesor de medios consiste en desarrollar en sus alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica suficiente para que puedan aplicar sus juicios”.

Es evidente, que desde esta concepción se identifique como objetivos comunes desde la educación para medios los procesos para el análisis crítico, los juicios a partir del análisis y una autonomía crítica para realizar los análisis fuera del contexto escolar. Sin embargo, esta disciplina va más allá de la lectura crítica para promover una actitud consciente, activa y creativa por parte de las audiencias.

Una educación para los medios desde la comunicación y una educación para los medios desde la perspectiva educativa representan el objetivo general de esta disciplina, donde ambas áreas del saber se complementan para estimular un aprendizaje liberador, motivacional y constructivista de la influencia de los medios de comunicación, en especial el televisivo, en la cotidianidad de la vida.

Desde sus inicios la educación coincide con las miradas educomunicativas, al poseer dentro de sus principios valores que promueven la justicia, el progreso social, el equilibrio de las relaciones sociales y la problematización del conocimiento. La comunicación, no se queda atrás, desde su nacimiento a girado en torno al análisis y diseño de postulados teóricos que se han orientado al estudio de la influencia de los contenidos en el respaldo de ideologías, reiteración de estereotipos sociales, diseño de manipulaciones de la opinión pública y el seguimiento de su programación a través del

entretenimiento. Naturalmente, al analizar los postulados teóricos enunciados en anteriores puntos, se evidencia que ambas disciplinas han estado ligadas a prácticas relacionadas con *las mediaciones y las lecturas críticas*.

Becerra (2004:13) sostiene que la mediación en las ciencias educativas implica “descentrar la mirada antes puesta de manera excesiva en los medios para tratar de explicar desde ellos la constitución de lo comunicacional”. Este autor considera que los medios no sólo representan mediaciones sociales y juegos de poder sino que además representan un orden simbólico.

Para Prieto y Gutiérrez, (1999), el concepto de mediación ha sido manejada desde el campo pedagógico para desarrollar en los participantes capacidades vinculadas a la comprensión desde un horizonte a otro, a sintetizar y utilizar informaciones, pero sobre todo a expresarse, comunicarse y evaluar situaciones. Para Ferrer (2008:28), en el campo educativo la mediación está relacionada con facilitar encuentros, conciliar conflictos, a través de estrategias conciliadoras. Claro está, desde la perspectiva del educador por integrar y conciliar posturas en el seno del desempeño docente.

Desde la comunicación, la mediación es entendida “como un proceso estructurante que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con lo que interactúa” (Orozco, 2001:23).

En un segundo orden, la educación para los medios siempre ha estado ligada a la estimulación de la lectura crítica, reflexión crítica o pensamiento crítico. Entendida como una herramienta metodológica y objetiva a escrudiñar las implicaciones de los medios en una sociedad cada vez más impregnada de mediaciones.

Este contexto es evidenciado por los autores José Martínez de Toda, Mario Kaplún, Len Masterman, Joan Ferrés, Guillermo Orozco y Gustavo Hernández, los

cuales exponen a la educación para los medios como una alternativa que pone bajo sospecha la carga ideológica que presentan las constantes emisiones de mensajes difundidos a través de los medios de comunicación social. Consideran que el educar ayuda a la sociedad a defenderse de las posibles influencias que puedan ejercer en la sociedad los contenidos de los mensajes transmitidos a través de la televisión y otros medios.

Es a través de los ejercicios prácticos de la lectura crítica basados en diferentes perspectivas teorías que se ha fortalecido la educación para los medios históricamente. En este sentido, los postulados teóricos desarrollados establecen una ruptura con los modelos comunicacionales desplegados por Lasswell y con la pedagogía educativa conductista. En la educación para los medios la “educación bancaria” no debe estar presente en las metodologías para impartir los contenidos sobre los medios de difusión y su impacto en la vida cotidiana.

De esta manera, la educación para los medios no debe promover la memorización de conceptos y teorías. En cambio, se debe estimular la reflexión del hecho educativo y comunicacional a través del diálogo con todos los integrantes del aula de clases. La educación para los medios reconoce que los estudiantes nunca dejan de ser audiencias por tal motivo el hecho social de su práctica define la contextualización de las lecturas críticas.

De igual forma, se valoriza la opinión de los estudiantes sobre los mensajes que reciben de los medios, es decir, el educando es el protagonista en esta educación, donde se promueven argumentaciones emocionales, pero también teóricas y prácticas. Esto con el propósito de brindar juicios de valor objetivos, consciente de la influencia cultural y política, pero sobre todo contextualizados en el ámbito social en el cual fueron creados y difundidos. Esta lectura crítica debe estar caracterizada por el análisis en perspectiva, la decodificación de los mensajes y la ideología del discurso audiovisual.

La disciplina es sustentada a través del diálogo y la problematización de las situaciones a tratar a través de la bidireccionalidad y de las experiencias propias del educando y su entorno. Sin embargo, Ferrés a diferencia de otros autores, realiza una alta valoración a las emociones que el educando posee frente al medio y a las diferentes programaciones que disfruta diariamente. Es desde allí, donde inicia la metodología para la educación de la percepción crítica diseñada por este autor.

No obstante, todas las teorías descartan que el educando reproduzca las ideas del profesor sobre los temas desarrollados. El educando en la educación para los medios debe lograr una autonomía crítica que no debe limitarse a los espacios académicos. Esta autonomía crítica tiene como objetivo que el educando transfiera la reflexión y la crítica de los medios a nuevos escenarios o situaciones sin la presencia del profesor. Es así, como el educando será capaz de construir y reconstruir realidades comunicacionales presentes en las programaciones de la televisión.

Los temas que son desarrollados constantemente en las teorías para lograr la lectura crítica frente a los medios consisten en crear una conciencia en el educando de la persuasión, la ideología, la manipulación y el lenguaje audiovisual que se encuentran presentes en los mensajes mediáticos. No obstante, con este método se hace explícito lo implícito en los mensajes que son producidos para las audiencias.

Para lograr la criticidad en los educandos los autores, antes mencionados, exponen sus diferentes postulados, los cuales coinciden en la confianza y la espontaneidad en la reflexión de los mensajes para alcanzar la conciencia crítica. En esta tarea, el educador posee una gran responsabilidad, el cual debe estimular o motivar a los educandos a practicar la reflexión a través del diálogo grupal sobre los contenidos tratados en los cursos.

El método de la educación para la percepción crítica de la televisión es una preocupación presente en las diferentes teorías desarrolladas por cada uno de los

autores. No existe un método específico para lograr la autonomía crítica frente al discurso audiovisual. Por ejemplo, José Martínez de Toda, recopila las diferentes visiones que han existido durante la historia en la educación televisiva para las audiencias, pero no brinda un método o un conjunto de estrategias que puedan ser aplicadas actualmente a los educandos. Por su parte, Mario Kaplún, Len Masterman Gustavo Hernández, Guillermo Orozco y Joan Ferrés han diseñado diferentes estrategias para orientar a los educadores en la disciplina de la educación para los medios. Sin embargo, son estrategias interesantes, las cuales presentan diferencias en la aplicación, pero persiguen un fin común: la autonomía crítica.

La Educación para los medios de los autores estudiados no culmina en la estimulación de lecturas crítica de los medios, en especial el televisivo, sino que continua en la generación de un pensamiento creativo sólido. En términos generales se promueve la construcción del conocimiento, a través de acciones reflexivas, donde la comprensión de los hechos mediáticos y sus interpretaciones, brindan la oportunidad para sugerir, recomendar y crear nuevas alternativas.

En este sentido, un educador que milite en la disciplina de la educación para los medios se debe caracterizar por poseer competencias profesionales acordes a las tecnologías de la comunicación y la información que cada vez más están inmersas en las formas de construir el conocimiento, así como saber diseñar, desarrollar y practicar la lectura crítica de los medios y estimular la visión creativa de los mismos en sus educandos.

Por su parte, un comunicador que aplique la educación para los medios debe ser consciente de que su labor va más allá del entretenimiento. El ejercicio de la profesión posee una relación directa entre la responsabilidad de los contenidos, las decisiones tomadas en el ámbito mediático y su influencia con las audiencias. No basta con hacer nuevas producciones para los medios sino en contribuir en brindar a las audiencias

nuevas estrategias para interpretar conscientemente la programación televisiva que prefieren visualizar.

En resumen, citamos las finalidades que ha de satisfacer la educación para los medios que enumera el Ministerio de Educación de Portugal, citando a Aguaded (1998:38), y desde nuestra perspectiva engloba los objetivos o propósitos que son mencionados desde otros países en el desempeño de esta disciplina:

- Utilizar instrumentos de análisis y reflexión sobre cómo leer los medios.
- Establecer un distanciamiento consciente y crítico frente a los medios de comunicación y sus lenguajes.
- Analizar y criticar los valores y actitudes expresadas a través de los medios.
- Desarrollar la expresión de ideas y la autonomía de pensamiento.
- Comprender que los medios de comunicación ofrecen puntos de vista sobre la realidad.
- Reconocer que existen distintas lecturas posibles de los mensajes de los medios.
- Aprender a interpretar la realidad a través del lenguaje de los medios de comunicación.
- Descodificar mensajes, mitologías o estrategias publicitarias.
- Analizar mecanismos de manipulación de la opinión pública,
- Conocer los “bastidores” de la producción mediática.
- Utilizar técnicas de investigación y documentación, a través de la búsqueda, selección, interpretación e información.
- Experimentar diferentes técnicas de comunicación.
- Desarrollar la expresión a través de los diferentes medios de comunicación.

Temática de la educación para los medios

Como fue señalado en el anterior punto, la meta de la educación para los medios está orientada a proporcionar a la sociedad herramientas, estrategias y destrezas para elaborar lecturas críticas, activas y creativas del ámbito de los medios de comunicación, en especial el televisivo, vinculadas a los contenidos que producen, su entorno empresarial y los significados que reflejan de la realidad. Desde esta perspectiva, surge la incertidumbre de cuáles podrían ser las temáticas o los contenidos que deben ser abordados desde la educación para los medios para lograr los propósitos anteriormente planteados.

Para Masterman (1993:94) los factores determinantes en la educación para los medios son los siguientes: la propiedad y el control; las instituciones de los medios; el Estado y las leyes; la autorregulación de los medios; los determinantes económicos; los anunciadores; las audiencias, el personal de los medios y las fuentes. Al respecto, se evidencia que esta disciplina engloba una temática que transversaliza todas las aristas que conforman el hecho comunicacional, reconociendo su labor de selección, secuenciación y contextualización para la representación de la realidad.

Al consultar otras fuentes, el Currículo Nacional del Reino Unido presenta cuáles son los contenidos y componentes de la Educación para los Medios. Aguaded (1998:44) enumera los seis aspectos claves de esta dinámica: 1) Agentes e instituciones de los medios; 2) Categoría y géneros de los medios; 3) Tecnologías relacionadas con los medios; 4) Lenguaje de los medios; 5) Audiencias de los medios y 6) Representación de los medios. Este mismo autor, resume la anterior enumeración en tres aspectos claves que son considerados en el modelo británico: El análisis de los textos, el análisis de los públicos y el análisis de los aspectos ligados a la producción.

Al consultar el desarrollo de estas facetas se demuestra que alrededor de ellas se ven involucradas los estudios de ideología, semiótica, contextos sociales y el

consumo de las audiencias (Masterman, 1993:94). De forma complementaria, la propuesta de educación para los medios según Aguaded (1998:48), se concentra en “dos ejes centrales: La formación de receptores críticos y el fomento de la cultura comunicacional”. Todo ello, como resultado del estudio y análisis de los conceptos en materia comunicacional, sus procedimientos y actitudes. “Educación en los medios (conceptos)”; “Educación con los medios (procedimientos)” y “La educación ante los medios (actitudes)”.

Visión internacional de la educación para los medios

Las experiencias de la educación para los medios se circunscriben en variados países del mundo, donde de la mano con los Estados han desarrollado aspectos legales y didácticas educativas para propiciar los objetivos y temáticas de esta disciplina. Como resultado se ha propiciado la educación para los medios en el mundo, pasando desde las administraciones educativas, asociaciones no gubernamentales y grupos sociales en general.

La influencia de la televisión en la sociedad representa una preocupación mundial debido a su impacto globalizador. Por esta razón, diferentes investigadores internacionales vinculados a la semiótica, efectos de los medios, sociopolítica de la comunicación y la educación iniciaron estudios y diseños pedagógicos que marcaron la pauta en los inicios de la educomunicación en los años sesenta. Permitiendo en la actualidad, la institucionalización en programas de formación de esta disciplina en países como Canadá, Australia, Inglaterra, Francia, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suiza y España. Por su parte en América Latina, Chile, Brasil y México han avanzado en la incorporación de la educomunicación en los sistemas de formación escolar (Hernández, 2008:160).

No obstante, el desarrollo de la educación para los medios se observa de forma desigual entre diferentes países, sobre todo en la incorporación de los programas de formación en la escuela, a pesar de que sean establecidos en los aspectos legales

educativos y comunicacionales de los países. Realidad ésta que se observa en la breve descripción que se realiza a continuación y contextualiza la presente investigación en el área de la televisión, en virtud que hay iniciativas desde la variada gama de las tecnologías de la comunicación y la información.

Iniciamos en el ámbito europeo con Francia, donde los estudios semiológicos del lenguaje y el análisis de imágenes y códigos culturales representaron el inicio de la Educación para los Medios (EPM), a través del Instituto del Lenguaje Total de la Universidad Católica de Lyon y el Centro de Investigación y Documentación Pedagógica. Como señala Aguaded (1998:67) este Centro tiene como objetivo “promover, a través de acciones formativas, la utilización pluralista de los medios de información en la enseñanza, para favorecer una mejor comprensión e interpretación crítica por parte de los alumnos del mundo que les rodea”.

En Portugal, la educación para los medios se ha desarrollado notablemente a partir de las múltiples experiencias en medios impresos, radiales y televisivos, así como los encuentros y jornadas para debatir sobre esta área y su posible aplicación en el futuro. La incorporación desde 1988 por parte del Ministerio de Educación de este campo y las iniciativas de conceptualizar su prácticas definen los impulsos que se realizan desde este país. De esta manera, este Ministerio publica el texto “Educar para la Comunicación”, “donde se hace un estudio en la presencia del tratamiento de la comunicación en los nuevos currícula y se ofrece una serie de recomendaciones para su uso en la enseñanza en los diferentes niveles y áreas del sistema educativo, indicando como condiciones básicas para la implementación la formación de los profesores, la investigación científica y la dotación de los recursos necesarios” (Aguaded, 1998: 69).

Por su parte, en Australia se contempla la educación para los medios en el currículo escolar de primaria y secundaria asumiendo a los medios de comunicación social como poco neutrales en el tratamiento de la información que transmiten. Los objetivos fundamentales de estos cursos dirigidos a estudiantes, según Hernández

(1996:193) son los siguientes: Incentivar la independencia crítica del educando en torno a los productos culturales de los medios masivos; enseñar cómo se relacionan los mensajes de los medios con las experiencias culturales de los públicos y analizar el mensaje desde el punto de vista de su estructura narrativa.

La elaboración de manuales de la educación para los medios es una experiencia que se repitió en Alemania, Inglaterra y Finlandia, países en los cuales los Ministerios de Educación tomaron la iniciativa de enseñar a comprender el lenguaje audiovisual de la televisión a partir de la semiótica y la estructura económica de los medios (Hernández, 1996: 202). En países como Noruega, Suecia y Dinamarca, desde hace décadas funcionan programas de formación en la radio pública destinados a los educadores interesados en enseñar sobre aspectos televisivos, así como su integración en los programas escolares, como asignaturas obligatorias y opcionales en diferentes niveles de la enseñanza, donde se parte de la observación crítica y la producción personal de nuevos videos (Aguaded, 1998:72).

En el Reino Unido son variadas las experiencias que se han desarrollado en materia de la EPM consolidando la integración curricular, donde para la década de los noventa se calcula que más del 40% de los centros de educación secundaria británicos empezaron a ofrecer cursos de educación para los medios optativos para sus alumnos (Aguaded, 1998: 72).

Por lo general se identifica que las experiencias educativas son realizadas en los niveles iniciales de la educación primaria y secundaria. No obstante, en Bélgica, según Aguaded (1988:75), se rompe con ese modelo, al considerar en la formación inicial de los docentes belgas un curso de iniciación a los medios audiovisuales que les permita desde el inicio de su capacitación profesional estar sensibilizados hacia las relaciones entre la educación y los medios de comunicación. Asimismo, este autor agrega que, Suiza desde los años sesenta se ha caracterizado por poseer centros especializados en la materia, contar con programas de introducción de los medios y de formación docente.

En Canadá, los telespectadores tomaron la iniciativa de la educación para los medios a través de la “Asociación nacional de televidentes”. “Esta asociación emite boletines trimestrales con miras a orientar a la familia y a los educadores sobre los posibles efectos nocivos de la programación que se está difundiendo en ese momento, para que de esta forma ambas instituciones sociales puedan mediar con pertinencia y efectividad el pacto comunicacional que sostiene el niño con la televisión” (Hernández, 1996: 194).

Por su parte, Estados Unidos de América ha desarrollado históricamente varios movimientos que han trabajado la preocupación de la educación para los medios, tales como: “Asociación de profesionales y maestros”, “Asociación Acción para la TV de los niños” y “La red de TV Pública” (Hernández, 1996: 194).

En Latinoamérica también se han manifestado iniciativas para la educomunicación. En Chile desde 1981 el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) ha desarrollado propuestas teóricas metodológicas dirigidas a: Fortalecimiento de la influencia grupal en la construcción del sentido; manuales para la acción pragmática y lo lúdico como estrategia metodológica. Las actividades educativas del manual de EPATV están constituidas fundamentalmente por juegos de simulación (Hernández, 1996: 206).

En Brasil se desarrolla el movimiento de la “Lectura Crítica” diseñado por el profesor Ismar de Oliveira Soares, el cual es ejecutado por la “Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social”. Esta Lectura Crítica persigue el objetivo de “pasar de una conciencia ingenua, fragmentada, asistemática a una visión crítica, integradora, totalizante del discurso televisivo” (Hernández, 1996: 208). Adicionalmente, en este país se ha incorporado como una línea de investigación del postgrado la disciplina educomunicativa de la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo.

Por su parte en Quito, Ecuador, la Universidad Politécnica Salesiana creó una Maestría en Educomunicación y en Bogotá, Colombia, la Universidad Javeriana mantiene la cátedra UNESCO de Comunicación y Educación. En Argentina la educomunicación también forma parte de los programas de la profesión de periodismo de la Universidad Nacional de la Plata.

La lectura crítica de los medios en Uruguay está fomentada por el proyecto de “Investigación y Sistematización en Educación para los Medios”. Esta metodología toma como base la teoría de Mario Kaplún y el de Recepción activa CENECA (Hernández, 1996: 211). Adicionalmente, en este país se han llevado a cabo proyectos tales como: Divercine, NIMECO-Niños, medios de comunicación y su conocimiento y Plan Deni- Programa de Formación para la Imagen.

En República Dominicana se cuenta con el Centro de Comunicación y Producción Audiovisual- CEPA, el cual es un centro de servicios de comunicación que contempla diferentes actividades como: producción, acopio de materiales audiovisuales, difusión, asesoría, formación, investigación, creación de espacios de diálogo y promoción de estrategias de comunicación participativa.

El “Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario” ha desarrollado de manera continua estrategias para la educación de los medios. Esta actividad considera al niño como un receptor activo, donde el rol de los padres es ser aprendices, interventores o medidores del proceso de ver la televisión. Por su parte, los maestros cumplirán la tarea de apoyo en el proceso (Hernández, 1996: 212-213).

La educación para los medios en Venezuela

La educación para los medios en Venezuela también ha estado presente en diferentes actividades aisladas, y el investigador Gustavo Hernández (1996: 214- 2017) realiza una recopilación de las mismas destacando las siguientes:

Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP), dirigidos por Mario Kaplún; los talleres el Centro Jesús María Pellín, coordinados por José Martínez Terrero y Jesús Aguirre; las prácticas de enseñanza de los medios de Mejor TV y del Centro Guarura, organizadas por Josefina Capdevielle de Mora y Maurice Brunner, respectivamente; los manuales elaborados por Josefa Vicente para la Asociación Venezolana de Educación Católica y por Alirio Aguilera para la Escuela de Padres; y finalmente, los talleres que ha realizado el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV), en los albergues de la Fundación del Niño.

Estas experiencias educomunicativas han tomado como teoría base la lectura crítica desarrollada por Mario Kaplún cuyas estrategias se caracterizan por: valorar el hecho vivencial; involucrar la tecnología audiovisual para manipular el discurso televisivo; presentar el enfoque teórico de la semiótica de la comunicación; el facilitador de la lectura crítica imparte los contenidos de forma sencilla y de carácter participativo a través el diálogo; los participantes deben aportar pruebas objetivas a partir del análisis del mensaje (Hernández, 1996: 217).

En la actualidad, el marco legal venezolano contempla derechos comunicacionales e informativos para los ciudadanos del país, los cuales son base de iniciativas para la educación de los medios en la nación. Los instrumentos legales más resaltantes son los siguientes: Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), Ley de Telecomunicaciones (2011), Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2004), Ley Orgánica de Educación (2009) y la Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente (2007).

En especial, la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos contempla entre los programas culturales y educativos aquellos que presenten educación para la percepción crítica para recibir, buscar, utilizar y

seleccionar apropiadamente la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los servicios de radio y televisión. Este instrumento legal establece el financiamiento de proyectos sobre educación crítica y alfabetización mediática a través del Fondo de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Durante el 2014-2015 fueron ejecutados los siguientes proyectos vinculados directamente con la educación para los medios:

- Prácticas educomunicativas en pueblos indígenas.
- Taller acción reflexión enfrentando la hegemonía comunicacional.
- Talleres de formación de la apreciación crítica de los contenidos comunicacionales.
- Plan de formación para la construcción de un movimiento audiovisual en el Municipio Maracaibo del edo. Zulia.
- Talleres de formación para la utilización de los medios de comunicación y plataformas digitales.
- Comunicando comunidad.

Por su parte, en la Ley Orgánica de Educación, en su artículo 9 contempla que los Sistemas Educativos del país, deberán incorporar unidades de formación para contribuir con el conocimiento, comprensión, uso y análisis crítico de contenidos de los medios de comunicación social”. Sin embargo, desde la aprobación de la reforma parcial de esta Ley en el año 2009, donde se incluyó este aspecto, no se han desarrollado acciones en su cumplimiento hasta la actualidad.

En relación a la educación superior, las universidades del país están brindando aportes al proceso para la educación de los medios en la formación de los comunicadores sociales y educadores. La Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Santa María, en Caracas, poseen materias electivas sobre educomunicación en los planes de formación de Comunicación Social y Educación.

La Universidad Central de Venezuela también desarrolla esta disciplina académica a través de la línea de investigación “Educación, Comunicación y Medios” del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), donde se estimulan las siguientes áreas de trabajo: Diseño, producción y evaluación de materiales didácticos; producción de contenidos audiovisuales y multimedia; trabajos de aplicación en ambientes educativos formales y no formales; gestión comunicativa e investigación en educación para los medios. Adicionalmente, cuenta con el curso de ampliación Aula Virtual para Aprender a ver Televisión y Cine, así como la especialización para el uso creativo de la televisión y la Maestría de Comunicación Social.

Adicionalmente, se han desarrollado proyectos en diferentes estados del país como el Festival de Cine Infantil en Ciudad Guayana, a través de las experiencias de capacitación a instructores de videoclubes escolares y 361 grados y que nadie se quede afuera.

Comunicación televisiva: dimensión técnica, lingüística y social

En la educación para los medios, la televisión representa uno de los principales pilares de estudio y diseño de propuestas metodológicas para estimular una lectura crítica de sus contenidos. Reflexionar sobre el fenómeno televisivo se ha convertido en una necesidad, porque a partir del conocimiento que se posea de las diferentes dimensiones y espacios que ocupa en la actualidad se podrá formar una visión consciente y responsable frente a sus contenidos, para una sociedad más equilibrada entre la realidad y las representaciones de este medio.

La sociedad y su cultura están influenciadas directamente por la comunicación. “El hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga también un hecho cultural trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productores de cultura” (Rodríguez, 2003:17).

Esta realidad se evidencia históricamente en el proceso de globalización donde la mística de la comunicación y la cultura adquirieron un nuevo significado. “En la década de 1990, las tecnologías de la comunicación y de la información influyen sobre la cultura para superar el modelo de comunicación unidireccional dominante, según el cual comunicar cultura equivalía a poner en relación vertical a unos públicos con unas obras” (Rodríguez, 2003:17). Es así como esta acción presenta nuevos modelos de comunicación, a través de la programación del medio televisivo, para potenciar la socialización de la experiencia cultural mediante la reiteración de la realidad difundida en este medio.

Por ello, es vital analizar los diferentes elementos que configuran la educación para los medios en el área televisiva, sus dimensiones lingüísticas, tecnológicas, económicas y sociales, para entender y propiciar un análisis de su incidencia en las prácticas generalizadas del conocimiento y el continuo proceso de socialización. De esta manera, se podrá entender porque la televisión ha llegado, desde la perspectiva del presente estudio, a convertirse en uno de los medios más influyentes, atractivo y con un gran porcentaje de penetración en el diarismo social.

La televisión como medio de difusión y sus técnicas

La televisión, desde sus inicios en el siglo XX hasta la actualidad, ha construido un camino histórico caracterizado por su papel en el diseño de una industria cultural propia y la comercialización de otras industrias culturales.

Señala Bustamante (1999:26) que “la especificidad central de este paradigma de la industria cultural es justamente por tanto la de constituir un programa continuo que impone un tipo de difusión y de consumo claro y previamente definido en el tiempo, día por día y hora por hora”.

Para Soler (1998:23) la televisión es un sistema “tecnológico de grabación de imágenes y sonidos y de reproducción de los mismos a distancia”, donde la grabación

(sistema de análisis), la difusión (sistema de transmisión) y la reproducción (sistema de síntesis), son los pasos claves para la creación de la imagen electrónica televisiva. Frente al resto de los medios de comunicación y desde el enfoque educucomunicativo, la televisión no debe ser considerada como un simple artefacto técnico, en virtud de que su discurso audiovisual es una combinación de variados aspectos.

En palabras de Aguaded (1998:134), “la fuerza de este medio está en que mientras todo el mundo mira en la televisión las mismas imágenes, no todos ven la misma cosa. Su éxito, por tanto, y su singularidad respecto a los demás, es la de dirigirse al público, aun cuando uno sabe que son varios los públicos que la miran”.

En este sentido, la televisión “es el medio más importante tanto por su impacto como por llegar a un mayor número de personas, de todas las capas sociales y de manera más regular y generalizada” (Rodríguez, 2003:11). Este medio expande sus contenidos, enfoques y tratamientos. Amplía su cobertura y se sitúa en los puntos más recónditos sorprendiendo con imágenes y sonidos a sus seguidores.

Para Ferrés (2000:97) si el relato televisivo fascina a las audiencias es porque el espectador tiene la oportunidad de vivir el conflicto narrativo como una prolongación metafórica de sus propios conflictos internos.

Las singularidades de la televisión forman parte central de nuestra vida cotidiana, la cual se desenvuelve en el marco de la mediatización de la realidad presentada en este medio.

Al respecto, Silverstone (2004:21) expresa que “los medios actúan de manera más significativa en el ámbito mundano. Filtran y modelan las realidades cotidianas a través de sus representaciones singulares y múltiples, y proporcionan referencias, para la conducción de la vida diaria y la producción y el mantenimiento del sentido común”.

El proceso de la mediatización de la televisión implica el movimiento del significado de un texto a otro, de un discurso a otro, de un acontecimiento a otro. Implica la transformación constante de los significados, tanto en gran escala como en pequeña, significativa e insignificante, a medida que los textos mediáticos y los textos sobre los medios circulan por escrito, en el habla y en formas audiovisuales, y nosotros, individuales y colectivamente, directa e indirectamente, contribuimos a su producción (Silverstone, 2004: 32).

Hay que tener presente que la televisión nació como un recurso tecnológico costoso, complejo en su producción y donde las audiencias sólo se consideraban simples receptores, los cuales desconocían por completo el lenguaje audiovisual de este medio. Esta situación configuró un sistema televisivo centralizado en el emisor o el productor de los contenidos a través de lineamientos casados con sus políticas editoriales. Al respecto, Pérez Tornero (1994:72) sostiene que los avances tecnológicos en la actualidad han permitido superar parte de este centralismo televisivo que al inicio estuvo en pocas manos, y las audiencias pueden hacer registros y grabaciones domésticas de las imágenes transmitidas por este medio, así como acceder a él a través de la televisión por cable, la televisión satelital y la televisión interactiva.

La televisión como medio de difusión persigue los procesos de identificación y proyección de las audiencias, a través de los programas que integran su grilla programacional. El medio opera como una institución que puede reforzar valores, contravalores o construir nuevos, y así dirigir la percepción que la audiencia tiene del mundo. En esta relación que las audiencias poseen con la televisión se pone en evidencia las diferentes modalidades de intercambio social que se efectúan con este medio, las cuales son resumida por Hernández (2008) como los siguientes intercambios: simbólico, perceptivo, afectivo, agenciativo, normativo y programático.

El intercambio simbólico con la televisión está relacionado con los diferentes significados que se generan de la interacción entre la oferta programática de la

televisión y las audiencias. El perceptivo se vincula con los guiones mentales y los patrones cognitivos que intervienen en el momento en los momentos de procesar los contenidos transmitidos por la televisión. El intercambio afectivo se refiere a las emociones, que difunde el medio y las expectativas que las audiencias tienen de ellas. Por su parte, el intercambio entre agencias está integrado por las actividades, las costumbres, los usos y las preferencias que la audiencia circunscribe a los géneros televisivos. El normativo se refiere a las rutinas que el sujeto espectador realiza con la televisión, y para concluir, el programático tiende a flexibilizar la relación entre la audiencia y la televisión (Hernández, 2008:16).

El lenguaje audiovisual de la televisión

La educación para los medios dirigida a la televisión no sólo se centra en el estudio básico de los aspectos tecnológicos que permiten su proyección, sino también en el lenguaje que la define. Este lenguaje privilegia la gratificación visual y auditiva en la construcción de los mensajes que son difundidos, los cuales persiguen la representación de la realidad que se vive en la sociedad.

Es muy debatida la teoría de que la televisión posee un lenguaje propio y una sintaxis muy particular para estructurar la producción de sus mensajes. De esta forma, autores como Pérez Tornero (1994: 83); Bustamante (1999:27); Cebrián (2004:16) sostienen que desde diferentes disciplinas y en especial la semiótica han realizado investigaciones para definir el lenguaje audiovisual de la televisión desde el estudio de sus signos y códigos, evidenciándose el uso de múltiples lenguajes para la construcción de sus mensajes, conformado un discurso propio y singular de comunicación.

En palabras de Hernández (2007:75) el lenguaje de la televisión busca que su contenido sea descodificado automáticamente a través de las imágenes potenciando el valor visual del mensaje a difundir. La estrategia comunicacional de la televisión es difusional, es decir, este medio busca transmitir mensajes de la forma más directa y

menos complicada posible para que la mayoría de la audiencia entienda el mensaje difundido.

Para Marqués (2003: 1) en su trabajo *Introducción al Lenguaje Audiovisual*, se expresa que este lenguaje “está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que hacen posible esta manera particular de comunicación”. Por ello, contempla que este lenguaje contiene elementos morfológicos, una gramática particular y recursos estilísticos, donde destacan sistemas de comunicación multisensorial, el procesamiento global de la información, el lenguaje sintético y la movilización de la sensibilidad.

Al respecto Aguaded (1998:157), sostiene que el lenguaje audiovisual es “una forma particular de comunicación, regida por reglas originales que resaltan de la utilización simultánea y combinada de documentos sonoros y visuales variados.

Por ello lo audiovisual no es la imagen, ni la gramática de la imagen, ni la composición ordenada de secuencias de imágenes, aunque haya que tener presentes estos principios particulares. Lo audiovisual es una mezcla, en la que se entrecruzan leyes internas de composición de la imagen y el sonido”.

De esta forma, los productores de la televisión se valen del lenguaje audiovisual caracterizado por encuadres, planos, movimientos de cámara, musicalización e iluminación que materializan los procesos de preproducción, producción y postproducción de los programas que integran la grilla de los canales de televisión. Un lenguaje que está determinado por la utilización de códigos o reglas convencionales que permiten que la construcción del mensaje a difundir sea entendible por los receptores. El lenguaje más básico de la televisión parte desde el encuadre, que se considera como “el ordenamiento intencional y planificado por el director y su equipo técnico que busca registrar a través de la cámara los acontecimientos que suceden en

una puesta en escena, conformada por personajes, decorados, iluminación, efectos especiales, entre otros” (Hernández, 2007: 84).

Los elementos que se presentan en el encuadre son organizados por escalas de planos que forman las perspectivas de carácter espacial del objeto o persona que representa el objetivo de la cámara. Estas escalas de planos se dividen en cinco, las cuales son resumidas por Hernández (2007) de la siguiente forma: El primerísimo plano o detalle; primer plano; plano medio; plano entero; plano conjunto y un plano general. Por otro lado, este mismo autor, resume como los principales movimientos de cámara como los de rotación, traslación y mixto.

Estas técnicas audiovisuales construyen el lenguaje televisivo, a través de las cuales se puede opinar sobre determinados aspectos que se presentan en los mensajes producidos. Por ejemplo, la angulación de la cámara para la captura de las imágenes se clasifica en picado, contrapicado o angulación normal. Estas angulaciones permiten tomar el objetivo de la cámara de forma frontal, desde arriba o abajo influyendo en la perspectiva y el significado que la audiencia puede darle al objeto filmado (Hernández, 2007: 86).

Este lenguaje audiovisual que maneja la palabra hablada y la imagen, también es influenciado por los sonidos o música que acompañan al mensaje. Las funciones más significativas de la música en el relato televisivo versan desde la identificación de los programas de televisión, división de segmentos, identificación de personajes, evocación de recuerdos o hechos que marcan pauta en la evolución del hombre. Además, a través de la música se pueden crear atmósferas emocionales que son reflejadas mediante planos, movimientos de cámara o angulaciones.

Señala Cebrián (1995:88) son varias las características de este lenguaje audiovisual que se convierten en una forma de comunicación audiovisual, entre las cuales, para concluir, se pueden mencionar: grado de iconicidad de las imágenes y

sonidos, grado de concreción y universalización de la comunicación audiovisual, la exuberante riqueza de detalles, la tendencia a la espectacularidad, inclinación a la emotividad y la irracionalidad, así como el grado de testimonialidad y credibilidad.

El lenguaje audiovisual va casado con el propósito que se desea comunicar, el cual es orientado por la política editorial que define al medio, con el propósito de atraer a las audiencias. Es así como, según Silverstone (2004:26) en primer lugar debemos exigirnos “investigar el papel de los medios en el modelado de la experiencia y, a la inversa, el papel de la experiencia en el modelado de los medios”.

Es oportuno destacar la dimensión social que envuelve la estructura televisiva y que representa el centro de atención de la educación para los medios. Más allá de un avance tecnológico constante, la televisión, es un sistema expresivo y social.

Debido al papel que se ha formado la televisión en el entorno social, la educación para los medios combina variadas disciplinas para la estimulación de una lectura crítica de su programación. Por ello, la educación para los medios ha superado las simples técnicas de análisis lingüístico del medio, así como los aspectos tecnológicos, para considerar el papel social y la emotividad que envuelve el proceso de visualización. Para Pérez Tornero (1994:16), la televisión crea una nueva mediosfera, que se caracteriza por el alcance planetario de su programación; por generar un sincretismo semiótico debido a la mezcla de lenguajes que la definen; por producir una profunda transformación social al crear un nuevo espacio público y por consolidar una nueva sintaxis cultural.

Al respecto, Joan Ferrés en sus trabajos titulados *Televisión y Educación* (1994:24-102) y *Televisión Subliminal* (1996: 15-35) desarrolla variados aspectos sobre la transcendencia de la comunicación televisiva en el campo social. Desde esta perspectiva considera evidente que este medio ofrece los siguientes aspectos:

- La televisión como prolongación de la persona. Donde este medio técnico extiende las cualidades humanas, potenciando y modificando esquemas para generar la “hiperestimulación sensorial”.
- La televisión como agente de consumo. Este autor sostiene que el verdadero cliente de la televisión son los anunciantes más que el espectador, en virtud que el sistema televisivo debe proporcionarle a los anunciantes la mayor cantidad de audiencia posible.
- La televisión como gratificación sensorial, mental y psíquica. En palabras de Ferrés (1994:49) la televisión emite a través de su programación constantes estímulos visuales y sonoros que transportan a los receptores a diferentes escenarios fascinantes, seductores y atractivos que responden a las necesidades básicas del ser humano.
- La televisión como triunfo del mito de la objetividad. Para Ferrés (1994:65), este medio no posee objetividad. “Toda información es discurso, es opinión. Por objetiva que parezca, implica ideología y produce ideología”.
- La televisión como medio de socialización. “Nuestra imagen de la realidad es básicamente lo que nos ofrecen los medios, y sobre todo la televisión, ya que este medio nos sumerge en otras realidades y civilizaciones distanciadas no sólo en el espacio, sino también en el tiempo, no sólo reales, sino también ficticias y verosímiles” (Ferrés, 1994:79).
- La televisión como comunicación inadvertida. Como señala Ferrés (1996:16) la experiencia de la visualización televisiva no se realiza desde un aspecto consciente y crítico, sino más bien desde los sentimientos, desde la emoción, pasando por inadvertido los propósitos persuasivos del mensaje difundido por este medio.

La programación televisiva como forma expresiva

Una de las etapas fundamentales de la televisión como empresa comunicacional es su grilla de programas, la cual está conformada por producciones, promociones y publicidad. La educación para los medios especialmente se impulsa desde la necesidad de realizar una mirada integral de los elementos que conforman la paleta de contenidos de este medio. Bates (1984:213) resume las características del control de la televisión que forman parte de las estrategias de su programación, tales como: horario fijo, escasez de tiempo, efímero, no revisable, continuo, holístico y rico en significado.

A partir de estas características se configura la producción, que para Carpio (1995:14), constituye un “proceso por el que se articulan de manera ordenada y sistemática – y en muchos casos, instintiva – componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos que dan por resultado el producto audiovisual”. Este proceso de producción parte desde la generación de la idea, donde participan guionistas, realizadores audiovisuales y productores. Es así como se inicia el camino hacia la propuesta de producción, donde se evalúan las ideas, los recursos económicos y humanos necesarios para su materialización. De esta fase surgen los planes técnicos de rodaje, con la elaboración de guiones que orientarán los ensayos previos, la preparación del estudio, la grabación, edición y posterior transmisión.

Para Silverstone (2004: 40) en la educación para los medios es:

Preciso que entendamos este proceso de mediatización, donde surgen los significados, dónde y con qué consecuencias. Es preciso que seamos capaces de identificar los momentos en que el proceso parece derrumbarse. Cuando lo distorsionan la tecnología o la intención. Es preciso que entendamos su política: su vulnerabilidad al ejercicio del poder; su dependencia del trabajo de instituciones, así como de individuos, y su

propio poder de persuasión y su capacidad para reclamar atención y respuestas.

A través de la televisión consumimos contenidos y representaciones de nuestra realidad que son producidas siguiendo los diferentes géneros que conforma a la programación de este medio. Esta programación que forma el discurso televisivo está compuesta por espacios informativos, culturales, educativos, telenovelas, seriados y *talk shows* que se presentan con un sentido definido por la política editorial de cada medio.

La comunicación televisiva es en esencia programación, la cual supone un proceso creativo de orden lógico de programas, a partir de los objetivos de la empresa comunicacional. Esta programación es organizada a partir de las temáticas, funciones, técnicas y estilos. Como señala Calvo (1996:162) no existen programaciones perfectas o ideales, y tampoco podrán existir porque el espectro social de las audiencias es muy variado.

El compromiso de los programadores de la televisión es arduo y continuo porque deben organizar contenidos los 365 días del año de forma atractiva para las audiencias de los medios, apoyándose en sondeos de opinión pública, estudios de preferencias y los objetivos económicos, sociales y políticos de las televisoras. Desde esta expectativa variados autores como Borrego y De Pablos (1994:22); Soler (1988:1312) y Cebrián (2004:129) coinciden que la programación de la televisión posee temáticas vinculadas a la información, recreación y entretenimiento, deporte, cultura, educación, religión, promociones internas, publicidad comercial, entre otros.

La temática de la televisión es producida a través de diferentes géneros. Los géneros televisivos presentan en términos generales, los siguientes rasgos: Planteamiento narrativo y abordaje temático estandarizado; personajes estereotipados; verosimilitud en los contenidos; anticipación de las acciones y de la historia y el

reforzamiento del bien y de las buenas costumbres mediante un final feliz (Hernández, 2007:55).

Según este mismo autor, desde esta perspectiva los géneros televisivos están acompañados con los anuncios publicitarios, propagandas institucionales, promociones y la identificación del canal. Estos mensajes son de corta duración y tienen como objetivo enlazar la programación, permitir una autonomía o diferenciación de la temática presentada en la programación habitual, así como incentivar el consumo de servicios o productos promocionados.

La programación televisiva se rige por las características del lenguaje audiovisual y las disposiciones legales que son establecidas en los diferentes países en materia comunicacional. Por ejemplo, en el caso de la televisión venezolana está directamente influenciada por el marco legal que rige su operatividad, básicamente definido en la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos desde el 2004. Por otro lado, las tendencias económicas aunadas con la imagen corporativa del medio moldean el enfoque y la forma de la presentación de los contenidos.

Hernández (2008:26) resume las características de los discursos de la programación televisiva, contemplando más de 12 formas en que este medio presenta los contenidos en la definición de su programación. De esta manera, identificamos lo siguientes: Discurso hipertrófico, discurso espectacularizante, discurso autocontextualizado, discurso convencional, discurso fantasmático, discurso fático y conativo, discurso palimpséstico, discurso intertextual, discurso narrativo, discurso hipnótico, discurso pansincrético, entre otros.

Esta variedad de los discursos que caracterizan a la programación televisiva, con un ritmo y control de continuidad, le brindan personalidad al canal de televisión. Dentro del abanico de la programación televisiva, en el caso venezolano, se identifica que la mayoría de los medios que operan en el país cuentan con los siguientes géneros:

a) Noticieros televisivos: Las cámaras de la televisión registran los sucesos de interés social desde el ámbito nacional e internacional, lo cual permite que este medio se convierta en un referente informativo.

La televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos en la sociedad. No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condicionantes, intereses y objetivo. Lo que la televisión ofrece es una versión entre otras posibles, de lo que acontece en una sociedad. Y aunque haya coincidencias de los medios, y en particular de los canales de televisión, en seleccionar el mismo hecho, cada uno lo valora y enfoca de manera diferente según su modo de ser y de ver (Cebrián, 2004:16).

El espectáculo y el entretenimiento no se separan de los noticieros de televisión. Por esta razón, el contenido informativo de la televisión persigue plasmar las diferentes realidades en imágenes cautivadoras para las audiencias. Considerando que las noticias positivas aportan pocas imágenes llamativas, de esta manera lo negativo y catastrófico se vuelve lo extraordinario (Cebrián, 2004:19).

Según Hernández (2007:104), los noticieros difunden informaciones según el impacto que puedan causar en la audiencia y de acuerdo a sus contenidos, los cuales están organizados en bloques temáticos. En esta perspectiva, la noticia en la programación de los canales de televisión presenta tres emisiones diarias intercaladas entre programas musicales, dibujos animados o telenovelas. La diferencia en esta pauta la marcan aquellos canales televisivos que poseen un perfil exclusivo en las temáticas vinculadas al área informativa o deportiva, en el caso venezolano.

Por otro lado, la espectacularización en los noticieros de televisión persigue atraer el mayor número de audiencia. Desde este punto de vista, se desea que la audiencia se sienta identificada con los noticieros de televisión y que brinden

credibilidad a las informaciones que son difundidas en él, a través de las modalidades en vivo, directo o diferido.

b) Género argumental: Este género está conformado por programas de índole ficcional tales como las telenovelas, seriales, dibujos animados, entre otros. Los programas ficcionales, según Buonanno citado por Hernández (2008:35), tienen tres funciones esenciales, las cuales se describen a continuación:

- **Fabulación.** Esta característica se refiere a aquellas historias que tematizan las dualidades humanas como el bien y el mal, el amor o el odio. De este modo, la ficción televisiva se refiere a historias que hablan de nosotros con miras a que las audiencias se identifiquen con los personajes y situaciones a través de caracteres estereotipados.
- **Familiarización con la realidad.** Se refiere aquellas historias sobre situaciones que nunca hemos vivido o que hemos experimentado de alguna u otra forma, pero que merecen atención a fin de la información que presentan.
- **Mantenimiento de la comunidad.** Desde este aspecto la ficción televisiva busca a toda costa legitimar el orden social establecido, las buenas costumbres y el fortalecimiento de la moral y del bien colectivo.

Los programas de ficción se caracterizan por poseer una alta influencia psicológica en los usuarios y usuarias que por imitación y observación siguen las historias presentadas en el medio televisivo.

Para concluir, Quin (1996:225) destaca que dentro del género de ficción se identifican en su mayoría el manejo de estereotipos, que son una representación referida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple. Este autor resume las características de los estereotipos, las cuales se enumeran a continuación:

- Los estereotipos se crean a partir de la identificación de una determinada condición social, seguidamente se genera la evaluación negativa de esa condición social. Para posteriormente formular a partir de esa evaluación negativa las características específicas del grupo.
- Los estereotipos son una representación repetida frecuentemente que procede a convertir lo simple en algo complejo.
- Los estereotipos son compartidos por grupos sociales.
- Los estereotipos codifican nuestras reacciones con la gente y nuestras ideas.
- Los estereotipos constituyen un sistema selectivo de organización cognitiva.

c) Géneros documentales: Bajo este formato televisivo se presenta información contextualizada sobre alguna realidad, pero dando una visión completa de las circunstancias, antecedentes y consecuencias del problema. Los subgéneros del documental son los programas históricos, geográficos, científicos, educativos y culturales (Hernández, 2007: 57).

d) Géneros educativos: Los programas educativos responden a las necesidades de la difusión de contenidos culturales y educativos de una determinada sociedad. “el hecho audiovisual no es una forma de comunicación más, sino el espacio central y hegemónico de la cultura de nuestros días. Las imágenes de los medios audiovisuales resultan a veces más reales que la misma realidad, y la imagen es, en la actualidad, para la mayor parte de las sociedades de la realidad” (Rodríguez, 2003:29).

e) Géneros de espectáculo: Este género comprende un conjunto de programas que comparten entre sí una intención de entretenimiento o de diversión, tales como concursos, musicales, variedades, deportes y teatros (Hernández, 2007: 58).

f) *Género magazine*: En este formato se presentan programas de diversos contenidos y formatos donde el lenguaje coloquial, la variedad de temas que toca, la forma de presentación y el tratamiento son sus rasgos característicos. Este género está conformado por misceláneas, comentarios, consejos, servicios, y espacios de esparcimiento y recreación (Hernández, 2007: 58).

La empresa comunicacional: Publicidad

La educación para los medios dirigida a la televisión hace énfasis en el papel que juega la publicidad dentro de la programación y su variada influencia en la sociedad, representando el motor de la programación televisiva, como empresa comunicacional. La televisión se caracteriza por las dimensiones comerciales e ideológicas que se imponen al quehacer de la programación del medio. “El enfoque comercial lo supedita todo a la rentabilidad económica, de tal manera que aquellos programas que no alcanzan el nivel deseado inmediatamente desaparecen de la programación de los canales privados” (Cebrián, 2004:11).

Partiendo del enfoque comercial, se desarrolla la estructura económica del medio televisivo cuya prioridad es la rentabilidad, gracias a la comercialización de sus productos comunicacionales.

La mercantilización y politización de la actualidad determinan los procesos de la comunicación, pero no debe olvidarse el papel directo que juegan los contenidos en el seguimiento o rechazo que hace la audiencia de unas ofertas u otras. Ciertamente los contenidos se mercantilizan y politizan también, pero esto no es obstáculo para que sean por sí mismo la razón de éxito o fracaso. Todo gira entorno a contenidos, en este caso los informativos, que son los que realmente ponen en comunicación a todos los implicados en los procesos televisivos (Cebrián, 2004:12).

La programación va revelando también su esencia económica, su integración al marketing, sus objetivos de máxima fidelidad de la audiencia durante el máximo tiempo posible. O en términos de la máxima audiencia, su finalidad de fabricación de la demanda (Bustamante, 1999:94).

La economía particular del medio televisivo está compuesta por actividades que integran su naturaleza (Bustamante, 1999:17):

- La producción de contenidos o programas audiovisuales que deben alimentar la rejilla de programación.
- La programación o empaquetado de programas distribuidos en una secuencia temporal, como operación central de las empresas operadoras o difusoras que, por definición, llamamos televisiones.
- La difusión de la señal en una determinada zona de cobertura.

Desde el punto de vista económico, el género que sustenta al medio televisivo es la publicidad, la cual estimula el consumo de bienes o servicios a través de las estrategias de persuasión de la comunicación. Por esta razón, la publicidad influye en el contenido de la programación o en los estereotipos que presentan.

Hernández (2008:25) alude que los anuncios publicitarios conforman la matriz del discurso dominante televisivo, toda vez que se repiten periódicamente en diferentes franjas horarias a nivel diacrónico y sincrónico. Asimismo, reitera que la publicidad representa el fragmento rey de las televisoras en virtud de que los anuncios fraccionan los programas para ofertar bienes y servicios, atendiendo a criterios exclusivamente económicos.

En consonancia con la anterior cita se evidencia que el medio televisivo basa su rentabilidad en la relación de oferta y demanda de los servicios y bienes que las

empresas, a través de las agencias de publicidad posicionan en su grilla de programación, los cuales marcan las reglas administrativas y culturales de las televisoras.

Consumimos medios. Consumimos a través de los medios. Aprendemos qué y cómo consumir a través de los medios. Nos convencen de consumir a través de los medios. No es descabellado sugerir que estos nos consumen. Y, como ya lo señalé y seguiré sosteniéndolo, el consumo mismo es una forma de mediatización, y los valores y significados dados de los objetos y servicios se traducen y transforman en los lenguajes de lo privado, lo personal y lo particular (Silverstone, 2004: 129).

Por esta razón, la televisión no transmite programas complejos que reclamen gran concentración de las audiencias y que propicien el cambio de la televisora. Por ello, la estrategia comunicacional va de la mano con el aspecto comercial, donde se debe garantizar a los anunciantes la mayor cantidad de audiencia en las franjas horarias en las que son presentados los productos o servicios anunciados.

La publicidad promueve un elenco de valores sociales que persiguen tender un puente emocional y cultural con la audiencia. Es por ello que se dice que los anunciantes publicitarios además de ofertar o de dar a conocer los rasgos del producto, también promueven gustos, preferencias y hasta modalidades de convivencia a partir de su producción (Hernández, 2007:111).

En la producción de anuncios publicitarios se ven involucradas diferentes disciplinas del conocimiento, tales como la comunicación, la psicología, sociología, economía y la publicidad. La construcción de los mensajes publicitarios se caracteriza por un objetivo claro, el cual está direccionado a persuadir a la audiencia televisiva

para garantizar la demanda del servicio o del bien que se anuncie. “Una de las innumerables estrategias que utilizan las agencias de publicidad radica en apelar a las fantasías y necesidades psicológicas del televidente” (Hernández, 2007:111).

Para Ferres (1994:32), en un mensaje publicitario que puede contar con tan solo treinta segundos se venden productos y servicios, pero también mensajes de felicidad, de éxito y competencia, triunfo sexual, prestigio, estereotipos de belleza, entre otros. Desde esta perspectiva la publicidad nos presenta mensajes basados en la ficción o la dramatización, donde se informa, convence y se vende un producto, bajo el simulacro de la felicidad, los deseos y las fantasías. Este mensaje va acompañado de un eslogan, la música y la imagen que le permiten a las audiencias identificar el producto o el servicio anunciado.

A partir de estas premisas se puede deducir que el consumo creado a través de la televisión no siempre responde a las necesidades reales de las audiencias sino de aquellas que son creadas a través de la persuasión del mensaje publicitario que es difundido de forma reiterada. Es de destacar, que el género publicitario no deja su función social a pesar que su objetivo fundamental es mercantilista, es por ello que orienta e informa a los posibles consumidores las cualidades de los nuevos productos y la ubicación de los servicios disponibles en la sociedad.

Atendiendo a esta realidad existen algunos valores positivos de la publicidad que enumera Hernández (2007: 112): Informa sobre la presencia de productos en el mercado; mejora la calidad de vida; financia publicaciones, instituciones sociales, investigaciones científicas y creación artística; contribuye a la creación de empleos dentro de la misma industria y coadyuva a reforzar los valores humanos.

La empresa de la televisión también se sostiene gracias al diseño de una programación caracterizada por la globalización de los productos comerciales e ideológicos que se unen para hacer rentable los diferentes programas que difunde, los

cuales presentar valores, estereotipos y formas de vida. Este proceso económico va casado con los avances tecnológicos donde la televisión se visualiza como una empresa transversal, donde a través de las tecnologías de la comunicación y la información y de las diferentes redes sociales se masifican, logrando un mayor porcentaje de penetración en la sociedad.

Interactividad de la televisión: más cercana a la sociedad

Una de las características de la sociedad actual es la continua transformación de las tecnologías de la comunicación y la información y su apoderamiento en las sociedades. Un ejemplo de estas invenciones es la modalidad de la televisión digital abierta, cuya novedad radica en su efecto económico por el abaratamiento de los soportes, ampliación de la oferta de los programas televisivos y la capacidad de interactividad (Bustamante, 1999:171).

Los avances de la televisión satelital y el cable le han dado paso actualmente la implementación de la televisión digital, la cual contempla un abanico de nuevas posibilidades en la transmisión de su programación, donde el uso del espectro radioeléctrico es optimizado permitiendo que diferentes canales puedan transmitir variadas señales de forma simultánea diversificando su programación y contenidos.

Según el Centro Nacional de Tecnología de Información (CNTI, 2013) la televisión digital abierta es una nueva técnica de radiodifusión de señales que consiste en convertir la imagen, el sonido y los datos de información digital, es decir, la información es enviada por medio de ondas electromagnéticas en forma de ceros y en codificación binaria, las cuales son recibidas a través de las antenas de UHF convencionales.

La implementación de la televisión digital abierta contempla (CNTI 2013):

a) Mejor calidad de video y sonido.

b) Mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico, lo cual se interpreta en la conformación de más canales de televisión.

c) Movilidad. La nueva señal televisiva puede ser recibida en dispositivos móviles, computadoras y tabletas.

d) Interactividad. La televisión digital tiene la posibilidad de enviar datos acompañados a la señal de audio y video en forma de aplicaciones interactivas.

Es así como esta acción presenta nuevos modelos de comunicación que influirán en la socialización de la experiencia cultural mediante la reiteración de la realidad difundida en este medio, la forma de penetración y las opciones de interactividad. Estas ventajas de la TDA ponen en evidencia la necesidad de preparar a los usuarios y usuarios en el campo educomunicativo para generar una educación y una comunicación que forme ciudadanos responsables y participativos a partir del conocimiento de su entorno, experiencias y motivaciones para estimular una autonomía crítica y creativa.

Al estudiar los procesos de interactividad que poseen las audiencias con la televisión se hace necesario puntualizar las relaciones que este medio tiene con el internet, debido a sus variados accesos y los continuos procesos de transformación del conocimiento. Para Piscitelli (1998) el internet tiene un público potencial muy alto, el cual es utilizado por la televisión para no sucumbir y convertirse en una realidad virtual en constante mutación, donde las audiencias son cada vez más amplias y pueden realizar interpretaciones de variadas formas. Es por ello, que este autor destaca que el ver y escuchar la televisión es un proceso pasivo, pero muy eficiente para archivar y asociar información para ser utilizada en el futuro.

Jenkins (2006) resalta en este contexto que la televisión como industria que desea sobrevivir ante un público que evoluciona a la par de las nuevas tecnologías debe

adaptarse a los diferentes ecosistemas para garantizar la fidelidad de sus audiencias. De esta manera, el autor puntualiza que para entender la relación entre consumidores y productos en el actual mundo digital se debe considerar el estudio de los accesos a las nuevas tecnologías y la emergente re-apropiación cultural de los contenidos por parte de los ciudadanos de una sociedad.

Cibercultura, redes y seguidores son términos que continuamente hacen que la televisión se reinvente y evolucione en la comunicación de masas. Scolari (2008) estudia esta realidad a través de un debate sobre la cultura en el mundo digital y la necesidad de generar novedosos paradigmas para el mundo de las comunicaciones interactivas, las cuales poseen nuevas formas productivas que favorecen los entornos colaborativos.

Los comunicadores sociales en su ejercicio profesional no están alejados de estos procesos de interactividad, que modifica poco a poco las formas de producir contenidos transmedia para un mundo cada vez más digital, donde la televisión se involucra para difundir sus contenidos y posicionarse en variados grupos de usuarios del internet (Porto, 2012).

Disciplina comunicacional

Teoría crítica de la comunicación

Históricamente la investigación de la comunicación desde los años cincuenta estuvo marcada por los diferentes trabajos realizados en Europa y los Estados Unidos de América. Los conflictos políticos y económicos propiciaron que en estos espacios se sentaran corrientes de investigación. La Escuela de Frankfurt encabezó en su época la protesta antipositivista en el medio de las ciencias sociales europeas, mientras que en otros campos se trabajó bajo los supuestos de la investigación científica cuantitativa.

La Escuela de Frankfurt desde la perspectiva dialéctica crítica se opone a la filosofía de la Ilustración del siglo XVIII (época también denominada “siglo de las luces”, “edad de la razón” o sencillamente “iluminismo”). Este sistema de pensamiento se basa en lo fundamental en otorgarle una enorme importancia a la razón, a la inteligencia y al conocimiento científico para atenuar los prejuicios, los mitos y las supersticiones heredados en la época medieval (Hernández, 2008:74).

Los estudiosos frankfurtianos refutaron esta concepción considerando que en la historia de la humanidad se evidencia la explotación espiritual y material del hombre desde el punto de vista económico y sociocultural, lo cual evitaba formar una sociedad más digna en los campos morales y democráticos de los países.

Desde esta perspectiva, la Escuela pretendía estimular la razón crítica de la sociedad frente a los avances tecnológicos y políticos que influían en la concepción de la humanidad y que eran condicionados a través de la educación, los medios, la religión, los grupos sociales de poder y los militares.

En este sentido, la Escuela de Frankfurt denunciaba cualquier tipo de estrategias ideológicas que presentará como objetivo la persuasión a la personas para que aceptarán y respaldaran el modelo auspiciado por la burguesía o los sectores de poder de la sociedad.

Este pensamiento crítico cuestiona las diferentes ideologías que pretendan el control social capitalista y descalifiquen la necesaria transformación espiritual y moral del hombre en su desarrollo social. De esta forma, la Escuela de Frankfurt suscribe la corriente de la Teoría Crítica Dialéctica con el objetivo de poner en evidencia las contradicciones que se presentan en la sociedad gracias a la influencia ideológica, la alineación y el capitalismo de consumo reinante en el sistema. Es por ello, que se entiende a la realidad como una totalidad dialéctica:

Al respecto, afirma Max Horkheimer en *Crítica de la Razón Instrumental*: Toda noción debe ser contemplada como un fragmento de una verdad que lo involucra todo y en la cual la noción alcanza su verdadero significado. Ir construyendo la verdad a partir de tales fragmentos constituye precisamente la tarea más urgente de la filosofía” (Hernández, 2008:77).

En el contexto de la industria cultural los medios de comunicación históricamente han ayudado a homogeneizar los valores manejados en los grupos sociales. El desarrollo de esta teoría crítica pone en evidencia la visión negativa que poseían de los contenidos difundidos por los medios de comunicación, los cuales no eran considerados como culturales porque están empañados de la ideología de las empresas comunicacionales y cargados del capitalismo industrial que mueve al mundo. En el marco de esta visión:

Toda la reflexión de Adorno y Horkheimer sobre la industria cultural se fundamenta en el estudio de las relaciones económicas y sociales sobre la producción de mensajes como productores mercantiles (...) la producción industrial de cultura está guiada por el determinismo económico, así como el determinismo económico guía todo el desarrollo de las sociedades capitalistas industrializadas (Bisbal, 1989:29).

Es así como las industrias culturales son consideradas como aquellas que logran imponer el hábito del consumo ideológico a través de los elementos publicitarios. “La industria de contenidos audiovisuales se configura a partir de una estructura piramidal que puede variar según el régimen de prosperidad de los medios, sean de carácter público, privado o gubernamental” (Hernández, 2008:80).

La Escuela de Frankfurt a través de su Teoría Crítica muestra un análisis frente a la influencia que poseen los sectores políticos, económicos, sociales y las industrias culturales en la dominación del hombre por el hombre, agrupando cinco principios fundamentales: Interés teórico práctico por el marxismo, oposición al concepto de la razón ilustrada y a la idea de progreso que surgen en el siglo XVIII, rechazo al neopositivismo, concepción de la filosofía como teoría crítica de la sociedad y rechazo de la pura especulación filosófica, dedicándose al conocimiento de lo que ellos llaman el mundo de la vida (Hernández, 2008: 83).

Teoría norteamericana de la comunicación

Los estudios de la comunicación en los Estados Unidos fueron denominados como Mass Communicattion Research y desde sus inicios estuvieron involucrados con los intereses del gobierno norteamericano (Saperas, 1985:11). De allí, esta corriente de la investigación realizó estudios centrados en la comunicación desde el hecho histórico, sistemas sociales dominantes, técnicas de opinión pública y modelos de comunicación.

La investigación norteamericana en el ámbito comunicacional refleja intereses sobre el momento histórico que envuelve el desarrollo de los medios masivos, ya que las grandes evoluciones tecnológicas del hombre han estado relacionadas con el surgimiento de los medios de difusión.

Los estudios comunicacionales elaboran sus proyectos y estrategias de sensibilización y de convencimiento, basándose en informaciones que provienen de los medios masivos, de las agencias de publicidad, del ejército, del gobierno, de la industria tecnológica y de la opinión pública (Hernández, 2008: 85).

Dentro de los estudios edificados con la intención de comprender los cambios sociales y culturales, los medios constituyen una dimensión que no es posible obviar,

como lo es guiar las percepciones hacia temas puntuales de la sociedad a través de la creación de mensajes sobre política ideológica, electoral, gubernamental y de guerra.

La teoría de la comunicación norteamericana encuentra sus orígenes teóricos en la sociología funcionalista de Comte y Durkheim. El objeto del estudio del funcionalismo comprende a las instituciones sociales, la opinión pública, el comportamiento humano, los efectos de los medios de comunicación, las gratificaciones de los medios, el aprendizaje por observación o imitación y los modelos de comunicación, entre otros.

Desde esta perspectiva funcionalista, los medios de comunicación de masas son uno de los subsistemas que conforman la sociedad y el interés se centra en comprender qué función cumplen ellos en el mantenimiento del equilibrio social (D'adamo, 2007: 89).

En este sentido, es considerado el medio televisivo como un sistema centralizado que presenta historias cuyos contenidos dirigen un sistema coherente de imágenes que penetran en la vida de cada miembro de la sociedad. De allí el funcionalismo estudia los usos y gratificaciones de los usuarios y usuarios de los medios.

La investigación sobre el uso y gratificaciones de los medios se inicio en la década de 1940 cuya corriente predominante estaba orientada hacia la descripción. Es para los años 1960 que estas investigaciones centran sus objetivos en los motivos por los cuales las audiencias utilizan los medios de difusión.

Katz, Gurevitch y Haas hace más de tres décadas atrás resumieron las cinco principales necesidades a las cuales responden los medios de comunicación (D'adamo, 2007:84): Cognoscitivas, o de comprensión y refuerzo de los conocimientos; afectivas-estéticas, o refuerzos estéticos y emotivos; de personalidad, tales como seguridad y

estatus; de integración social, o refuerzo de contactos interpersonales y evasión, o relajación y distensión.

En otros rasgos del funcionalismo, éste se encarga de elaborar lineamientos generales que explican y dilucidan las dificultades que enfrentan los problemas sociales. Es de destacar, que esta corriente se apoya en la psicología conductista para persuadir a las masas. La Escuela de Yale, dirigida por Hovland, sostenía postulados de la psicología conductista experimental en los campos políticos, comerciales y comunicacionales. Algunos de los supuestos que contempla esta Escuela, según Hernández (2008:89), son los siguientes:

- Para que la persuasión sea efectiva el emisor o la institución social tienen que tener credibilidad, carisma, prestigio, entre otras cualidades humanas y organizativas que atraigan a los grupos sociales.
- Si el emisor o el comunicador es creíble por sus convicciones ideológicas es muy probable que genere cambios de conducta.
- La persuasión funciona, muchas veces, cuando el comunicador induce temor, en el entendido de que si no se adopta una ideología determinada se corre algún tipo de peligro inminente.

En este sentido, el funcionalismo psico-comunicacional enfoca su propósitos de estudios sobre el cómo del hecho comunicacional más que en los por qué. Desde este campo se estudia la cultura popular y masiva, pretendiendo comprender la opinión pública a través de los procesos de los medios de comunicación social. El funcionalismo estudia el comportamiento de las audiencias ante los efectos y los impactos de los mensajes masivos. “Estas disciplinas consideran que el mensaje en la comunicación masiva tiene como fin provocar reacción a corto plazo en el receptor, o en otras palabras, la conducta del sujeto es la respuesta a un estímulo creado por el mensaje” (Hernández, 2008: 90).

Desde esta visión los estudios se dividen en dos áreas, el primer paradigma positivista y el segundo un paradigma construccionista. Desde estos paradigmas se han desarrollado históricamente variadas teorías que destacan el reforzamiento y el flujo comunicativo.

El paradigma positivista del funcionalismo mediante la investigación de tipo experimental y de campo, desarrolló teorías tales como reforzamiento o el flujo comunicativo, efectos del estímulo, el aprendizaje por observación, la catarsis de los mensajes, el espiral del silencio y el cultivo televisivo. Por su parte, desde el paradigma construccionista cuya tipo de investigación es cualitativa se desarrollaron las siguientes teorías: usos y gratificaciones y las mediaciones sociales, cognitivas y videotecnológicas y efectología de los medios (Hernández, 2008:90).

La semiótica audiovisual

Los máximos representantes de la creación de la semiótica comunicacional fueron Ferdinand De Saussure y Charles Peirce, los cuales diseñaron las tendencias de la semiótica como una ciencia para el análisis de los signos y de la lingüística. Los modelos semióticos de estos dos autores representan una visión integra sobre la estructura y el funcionamiento de los textos, así como de los testimonios de la interpretación de los discursos lingüísticos y audiovisuales. Para Saussure (1995:41) el signo “es una unidad psíquica de dos caras que está conformado por un significante o imagen acústica de la palabra y un significado que viene dado por el concepto que tenemos de cualquier tipo de objeto”.

Los significados de los signos para la audiencia están vinculados al entorno social, tanto el ámbito del significante como del significado, a través de la denotación o la connotación. Para Garrido (1991), denotamos cuando en el ser humano se produce un signo que origina un significado primario, inmediato y objetivo en torno al objeto

de referencia. Este mismo autor explica que se connota cuando se realizan inferencias, apreciaciones o significados que trascienden el signo denotado.

En la teoría de Saussure se estudia la relación entre el significante y el significado, mientras que en la teoría de Peirce se visualiza el rol del interpretante, que es el receptor del mensaje que comprende el texto y que interactúa con él. Esta semiótica se vincula con la comunicación porque el receptor de los mensajes comparte con su entorno el mensaje recibido, interpretado y traducido de acuerdo con su entorno social y concepciones culturales.

Es pragmática aquella semiótica que no sólo se ocupa de definir las diferentes clases de signos, las reglas o códigos que orientan el proceso de generación, producción y distribución de contenidos, sino que también se propone reconocer tanto el rol que juega la audiencia-interpretante de la realidad como los intercambios comunicativos que se establecen luego de haber tenido la experiencia con el texto (Hernández, 2008: 106).

Esta semiótica pragmática de Peirce pone en evidencia que el signo es una relación que posee como referente: el signo en sí mismo, el objeto-significante y el sujeto interpretante. El signo es una representación de la realidad que tiene significado para el receptor. Este signo se clasifica en ícono, índice y símbolo. Por ícono se entiende el nivel de semejanza que posee con la realidad, mientras que el índice se entiende como una relación causa efecto que culmina en un símbolo, que actúa como un signo cultural y convencional que representa un aspecto de la realidad (Hernández, 2008).

Asimismo, en esta semiótica se destaca la relevancia de estudiar la interpretación cognitiva, cultural y videotecnológica del signo, considerando la comprensión interna o estructural del mensaje. Esta semiótica pragmática investiga la

interacción del campo comunicacional en la producción de los sentidos y la interpretación que los receptores brindan a los signos y sus mensajes. De esta manera, las teorías de las mediaciones cognitivas y sociales, así como las interpretaciones que brindan las audiencias a los signos representan el objetivo de estudio de esta rama de la investigación comunicacional denominada semiótica (Hernández, 2008: 108).

Los fundamentos semiológicos de la televisión se identifican en la construcción de su discurso, el cual puede ser considerado como un discurso autónomo a través de cada uno de los programas que difunde o un discurso más amplio que caracteriza a la programación global. González (1988:24), sostiene que “la inviabilidad del estudio de la televisión como lenguaje específico, y por ende su encuadramiento dentro de las coordenadas del sistema lingüístico de la imagen, nos lleva al análisis del medio, no tanto por especificidad código o sígnica, sino más bien por su capacidad de combinar códigos inespecíficos, esto es, capacidad pansincrética que le permite integrar en su interior los sistemas semióticos actualizables acústica y visualmente”.

Pascuali: Comprender la moral del comunicar

La comunicación humana, además de ser un proceso para Pascuali, representa una dimensión moral en su ejecución. En este sentido, este autor nos señala que la preocupación de la comunicación se visualiza no solo en los medios sino en las relaciones humanas propias del proceso de la comunicación que requieren supuestos claros en el ámbito filosófico y moral para desenvolvernos en el campo de la comunicación. Esta teoría refleja la importancia del contexto social donde se desarrolle el hecho comunicativo, así como la responsabilidad del comunicador social en este proceso, puntos clave para el desarrollo de una educación para los medios para estimular una visión responsable y crítica de la televisión.

Propone proporcionar nociones fundamentales sobre la teoría de la comunicación que permitan reflexionar sobre el escenario sociocomunicacional y para lograr un mínimo de acuerdo conceptual en la comunidad científica de la comunicación. Es por ello, que en su Teoría sobre la Dimensión Moral del Comunicar brinda una serie de concepciones necesarias para ejercer esta profesión, tales como: el empíreo saber, relación humana, deontología, morales, ética, protonorma, comunicar/informar y derecho a la comunicación.

Hernández (2008:123) resume estas concepciones de la teoría de Pascuali de la siguiente forma:

- El empíreo saber se refiere al saber humano capaz de relacionarse con nuestro campo cultural que forma parte de nuestra realidad. “Es por ello que el empíreo pensar de la comunicación para que sea realmente significativo tiene que deslastrarse de los lugares comunes verbales que se manifiestan a través de las divagaciones pseudocientíficas. De allí que sea sumamente importante comprender extensa y profundamente las nociones que provienen de la ciencia para impedir que el razonamiento absurdo contamine el franco entendimiento de la ciencia de la comunicación”.
- Relación humana. En este aspecto Pascuali retoma la necesidad de reconocer que la comunicación es netamente un proceso humano, donde se deben aceptar los consensos y descensos en la emisión y recepción de los mensajes. Es por ello, que tanto el emisor como el receptor tienen que entenderse en términos bidireccionales para lograr la comprensión del mensaje para reforzar el sentido de comunidad, mediante el intercambio de creencias, ideas, problemas y puntos de vista.
- Deontología. Por este término Pascuali expresa que comprende el conjunto de normas autorreguladoras que rigen la actividad de una disciplina del saber o de una profesión determinada.

- **Ética.** Para Pascuali la ética es un componente necesario para el proceso comunicacional porque estudia la moral o el conjunto de reglas morales concebidas socialmente en la historia y que influyen en la comunicación humana.
- **Protonorma.** Según Pascuali este término designa las significaciones que se atañen al pensamiento basado en el sentido común, en el saber cotidiano, el cual se halla alejado de la reflexión científica.
- **Moral.** Por moral Pascuali rescata la necesidad que el proceso de comunicación se tomen en cuenta los valores espirituales y normas de conducta que son aceptadas por la sociedad en un determinado proceso histórico.
- **Comunicación.** Pascuali considera la comunicación como un proceso humano que posee un contenido moral y filosófico que evoca a la comunidad y que debe poseer una intención humana de intercambiar saberes y opiniones para lograr acuerdos mancomunados.
- **Información.** Para Pascuali la información comprende cualidades de unidireccionalidad, causalidad, imposición, receptor pasivo y silencio.
- **Derecho a la comunicación.** Pascuali enumera un conjunto de fundamentos que deben contemplar el derecho de la comunicación, tales como: Compartir el saber de manera recíproca; libre ejercicio de saber-uno-del-otro sin que exista ningún tipo de impedimento; capacidad práctica para el diálogo, evitar el desequilibrio comunicacional; el derecho a la comunicación no se negocia y se debe diferenciar entre acceso y participación.

De esta forma, Pascuali resume los aspectos globales del proceso de la comunicación y el papel de los comunicadores sociales en la producción de los mensajes, donde la ética, la moral y la responsabilidad social son determinantes en el hecho comunicacional.

Para Olmero (2011), Pascuali, considera que la comunicación va más allá de lo técnico expresado históricamente sobre este proceso. Es por ello, que la comunicación

debe ser relacionada con aspectos de la psicología, sociología, la cultura y la política. En este contexto, Pascuali asume que la comunicación y la cultura están directamente relacionadas, y considera que los profesionales de la comunicación poseen responsabilidad directa en el desarrollo sociocultural de los países en democracia.

En este sentido Olmero (2011) destaca que la teoría de Pascuali aboga por una comunicación horizontal, donde los paradigmas dominantes de la sociedad deben ser desplazados para desarrollar un modelo democrático comunicativo, donde nuevos actores socio-culturales puedan expresarse. Adicionalmente, a la propuesta humanizadora de la comunicación de Pascuali subraya el valor del servicio público de los medios.

Disciplina educativa

Educación y la teoría crítica

La mirada de la teoría crítica también impregnó a la disciplina educativa, donde autores como Adorno, Horkheimer, Marcuse y Habermas marcaron pauta para una visión del ser humano en su condición social, perfilando un estatus deseable en el marco del cuestionamiento de las situaciones injustas y no deseables del mundo. Al revisar los procesos históricos y evolutivos de la educación se identifica que la Escuela de Frankfurt presenta implicaciones frente al pensamiento positivista en diversos campos sociales.

Giroux (1997:23) en su trabajo *Teoría y Resistencia en Educación* expone que la teoría crítica analiza el cómo se elabora el proceso educativo para estimular la criticidad, en función de transformarlo para el bienestar social, a través de la revisión del papel desempeñado por el docente y los contenidos en el ejercicio de esta ciencia.

Desde esta perspectiva, la teoría crítica despierta una sensibilidad por los procesos de alienación en la sociedad por un poder burgués y capitalista, y a pesar de que en el proceso educativo se inició tarde a considerar esta teoría, su incorporación

marcó pauta en las dinámicas para estimular los procesos de aprendizaje y enseñanza en una triangulación escuela, familia y sociedad. Al respecto, los criterios esenciales y funcionales en el seno de la teoría crítica educativa se pueden resumir de la siguiente forma según González (2009: 20):

- ⤴ Carácter crítico de la condición histórica social de la educación.
- ⤴ Influir positivamente la práctica pedagógica de los maestros.
- ⤴ Utilizar la crítica ideológica para poner en evidencia las condiciones socioeducativas y culturales.
- ⤴ No puede develar verdades e ideologías falsas que desencadenen en discursos persuasivos para distorsionar la realidad social.
- ⤴ La importancia de la teoría crítica de la educación no está supeditada a la crítica de la educación, sino que respalda diversas posibilidades de cambio y acción en el campo educativo.

Autores como Molienhuer (1966), Blan Kertz (1966) o Lempert (1971), entre otros, han definido la teoría crítica de la educación desde diferentes ópticas. Para los dos primeros autores, según González (2009: 20) la teoría crítica debe servir como punto de referencia para la hermenéutica y como objeto central el interés de la autonomía y la emancipación. Por su parte, Lempert orienta el interés de la educación desde esta teoría a lograr un conocimiento que permita la emancipación a partir de las transformaciones de los sistemas tradicionales educativos y sociales.

Esta visión educativa desde la teoría crítica influye directamente en la pedagogía y sus métodos. Por ello, la pedagogía crítica tiene una disciplina más explicativa y orientada a los ejercicios prácticos vinculados con la realidad social. Para Morales (2014: 10), “la idea de la pedagogía crítica es realizar un trabajo educativo basado en el diálogo (por ello, es dialéctica), que le permita a los individuos tomar conciencia de las condiciones de opresión que puedan existir, con el fin de que puedan iniciar la construcción de una nueva realidad, donde no existía la dominación ni la desigualdad”.

Los métodos de trabajo de esta teoría se resumen en hermenéutico, empírico y crítico-ideológico. En este sentido, se estimula la comprensión e interpretación de las situaciones humanas, a través de sus símbolos, sentidos y significados, considerando a los hechos como portadores de experiencias para la desmitificación de la realidad, y de esta forma poder lograr procesos de autoreflexión. Desde allí, el proceso de criticidad está relacionado con aspectos cognitivos para la estimulación del pensamiento crítico, con el objetivo de la comprensión de la realidad y la asignación de significados a los objetos y las ideas.

Por esta razón, Paul y Elder (2003:1) definen al pensamiento crítico como el modo de pensar relacionado a un tema, contenido o problema, donde el pensante optimiza la calidad de su pensamiento por apoderarse de las estructuras del acto de pensar y someterlas a estándares intelectuales. Un pensamiento crítico orientado hacia el camino del pensamiento creativo, pues ambos están interrelacionados. Al respecto, para Colwell (2005), Paulo Freire puede ser considerado como uno de los pioneros de la pedagogía crítica, al diseñar una propuesta educativa basada en ejercicios prácticos y en el análisis de la realidad social y las desigualdades, mezcladas con una acción liberadora.

El aporte de la teoría crítica pone en evidencia la necesaria revisión sobre la tarea cotidiana del profesor, donde se mezclan criterios analíticos vinculados con las relaciones profesor-alumno y el mundo escolar con el social, donde la acción comunicativa es protagonista. Es así como se emplean nuevas formas orientadas a modificar el proceso de enseñanza y de evaluación educativa, donde la generación de la racionalidad y el análisis del sistema social, económico y político se convierten en el norte de esta disciplina.

En resumen, el aporte de la teoría crítica y sus implicaciones en el desarrollo de una pedagogía crítica se centran en la reflexión ideológica, cultural y política para la necesaria democratización de la enseñanza y la escuela. Aspectos considerados como necesarios dentro de los procesos de la educación para los medios. Por ello, es vital que

cuenten “educadores y educadoras con competencias profesionales acordes con los nuevos tiempos y que les permitan la posibilidad de diseñar, desarrollar, experimentar y evaluar experiencias de aprendizaje y enseñanza en las que la reflexión crítica esté presente en su saber y saber hacer” (Guerrero, 2007:14).

Paradigma Constructivista

Desde hace muchos años en la ciencia educativa se ha visibilizado que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están cada vez más presentes en nuestra sociedad. Es por ello, que con el propósito de responder a los nuevos retos que representa la educación desde el siglo XX, se han desarrollado programas de estudios que promueven las capacidades y competencias acordes a la sociedad del conocimiento. Un escenario educativo que pretende estimular un aprendizaje autónomo con capacidades para autorregularse, motivarse y desarrollar un estudio permanente.

En este contexto, el aprendizaje está dirigido a enseñar, a buscar y analizar información de diversas fuentes para transformarla y comportarse de forma ética, responsable y solidaria para pensar y recrear el conocimiento. Visto de esta manera, “el aprendizaje no constituye un conocimiento en solitario, sino gracias a la mediación de los otros en un momento y contexto cultural particular” (Barriga, 2001:3).

Para Jonassen (2000) el constructivismo es una teoría que “propone que el ambiente de aprendizaje debe sostener múltiples perspectivas o interpretaciones de realidad, construcción de conocimiento, actividades basadas en experiencias ricas en contexto”. Barriga (2001:26), sostiene que desde la visión constructivista, los procesos de enseñanza y aprendizaje están inspirados en varios planteamientos teóricos relacionados con la psicología genética piagetiana, del cognoscitivismo y de la teoría sociocultural de Vigotsky.

Por esta razón, el enfoque constructivista psicogenético realiza énfasis en la autoestructuración con competencias cognitivas vinculadas al grado de desarrollo intelectual del participante. Este mismo autor destaca, que es así como a partir de la generación de conflictos se realiza la reestructuración conceptual de los contenidos mediante abstracciones reflexivas. El aprendizaje psicogenético siempre dependerá del nivel cognitivo inicial del aprendiz y de un currículo caracterizado por los énfasis en el currículo de investigación y por descubrimiento.

La teoría cognitiva estimula el aprendizaje verbal significativo, a través del aprendizaje estratégico y representación del conocimiento. Esta representación se orienta al desarrollo de esquemas cognitivos y modelos mentales. En este enfoque, prevalece la relación de expertos y novatos, las teorías de atribución y de la movilización por aprender (Barriga, 2001:26). En consonancia con esta visión Hernández Requena (2008: 28), resalta que en el modelo constructivista se destacan de Piaget (1978) dos principios en el proceso de aprendizaje y enseñanza, los cuales son: “el aprendizaje como un proceso activo y el aprendizaje completo, auténtico y real”.

Por su parte, la línea sociocultural valora el aprendizaje situado o en el contexto dentro de la sociedad donde se desarrolle el proceso educativo, con mediadores instrumentales de origen social. En esta teoría se encuentra la creación de zonas de desarrollo para el aprendizaje guiado y cooperativo, donde la educación es recíproca. Se valoran los procesos sociales psicológicos superiores y la evaluación dinámica y en el contexto de los participantes (Barriga, 2001:26).

De esta manera, la teoría constructivista del aprendizaje escolar y la intervención educativa, constituye la convergencia de diversas aproximaciones psicológicas a problemas como (Barriga 2001:23):

- El desarrollo psicológico del individuo, especialmente en el área intelectual y de los aprendizajes escolares.
- La identificación y atención a la diversidad de intereses, necesidades y motivaciones de los alumnos en el proceso enseñanza-aprendizaje.
- El replanteamiento de los contenidos curriculares, orientados a que los sujetos aprendan a aprender contenidos significativos.
- El reconocimiento de la existencia de diversos tipos y modalidades de aprendizaje escolar, con una atención integrada a los componentes intelectuales, afectivos y sociales.
- La búsqueda de alternativas novedosas para la selección, organización y distribución del conocimiento escolar, asociadas con el diseño y la promoción de estrategias de aprendizaje e instrucción cognitivas.
- La importancia de promover la interacción entre el docente y sus alumnos, así como entre los alumnos, a través del manejo del grupo mediante el empleo de estrategias de aprendizaje cooperativo.
- La revalorización del papel del docente, no sólo en sus funciones de transmisor del conocimiento, guía o facilitador del aprendizaje, sino como mediador del mismo, enfatizando el papel de la ayuda pedagógica que presta de manera regular al alumno.

Con lo anterior, expuesto por Barriga, se evidencia que el enfoque constructivista se caracteriza porque la educación tiene como finalidad promover el aprendizaje bajo dos líneas de acción: Los procesos psicológicos implicados en el aprendizaje y los mecanismos de influencia educativa para promover, guiar y orientar dicho aprendizaje. De acuerdo con estas líneas de acción, la teoría constructivista se organiza en torno a tres ideas fundamentales (Coll, 1990:441):

- El alumno es el responsable último de su propio proceso de aprendizaje. Él es quien construye los saberes de su grupo cultural, y puede ser un sujeto activo cuando manipula, explora, descubre o inventa, incluso cuando lee o escucha la exposición de los otros.
- La actividad mental constructivista del alumno se aplica a contenidos que poseen ya un grado considerable de elaboración
- La función del docente es estimular los procesos de construcción del alumno con el saber colectivo culturalmente organizado.

En resumen, la teoría constructivista concentra sus acciones en la construcción del conocimiento y separa sus actividades de un simple proceso de reproducción. Esta teoría es muy empleada en los procesos de la educación para los medios, en virtud que se enfoca en tareas auténticas, relevantes y útiles para el desenvolvimiento en el mundo real de sus estudiantes.

Teoría de aprendizaje significativo

La teoría del aprendizaje significativo está vinculada al modo en que se adquieren los conocimientos de tipo conceptual y declarativo, asumiendo al alumno en su totalidad. Asubel, Novak y Hanesian (1976), sostienen que “de todos los factores que influyen en el aprendizaje, el más importante consiste en lo que el alumno ya sabe. Averígüese eso y enséñese consecuentemente”. Resulta evidente entonces el papel que representa en este tipo de aprendizaje la valoración de los conocimientos preexistentes en los estudiantes para influir desde allí en la generación de nuevos conocimientos.

El aprendizaje significativo implica un proceso activo de información por aprender, que incluye el siguiente procedimiento (Barriga, 2001: 31):

- Se realiza un juicio de pertinencia para discutir cuáles de las ideas que ya existen en la estructura cognitiva del lector son las que se relacionan más con nuevas ideas.
- Se determinan las discrepancias, contradicciones y similitudes entre las nuevas y las previas.
- Con base en el procesamiento anterior, la información nueva se reformula para hacer posible su asimilación en la estructura cognitiva del sujeto.
- El lector realiza un proceso de análisis y síntesis con la información y reorganiza sus conocimientos bajo principios explicativos más inclusivos y amplios.

Barriga (2001) explica que el aprendizaje significativo persigue que la información nueva en el alumno se relacione con la ya existente en la estructura cognitiva de forma no arbitraria y repetitiva. Para ello, el alumno debe poseer la disposición para el aprendizaje y rescatar los conocimientos previos que le permitirán construir una red conceptual, una mezcla del significado lógico y una significación psicológica. Para Reyzábal (2002: 551), este tipo de aprendizaje no solo recrea el conocimiento anterior, sino que, también facilita y condiciona las adquisiciones posteriores.

Para ambos autores, para que el aprendizaje significativo se logre deben estar presentes condiciones que lo estimulen, entre las cuales se requiere que la información ofrecida en el hecho educativo se relacione de forma no arbitraria en función de la motivación y la actitud por aprender.

La relación no arbitraria, “quiere decir que el material o contenido de aprendizaje no es azaroso y tiene la suficiente intencionalidad, para ser vinculado con la clase de ideas que los seres humanos son capaces de aprender. El criterio de relacionabilidad sustancial implica que si el material no es arbitrario, un mismo concepto o proposición

puede expresarse de manera distinta y seguir transmitiendo exactamente el mismo significado” (Barriga, 2001: 31).

Este mismo autor, resalta que en el proceso de aprendizaje significativo el docente debe ser consciente de la necesidad de comprender los procesos motivacionales y afectivos subyacentes al aprendizaje de sus alumnos, así como conocer los procesos de desarrollo intelectual y cognitivo de los alumnos. Es por ello, que el material en este tipo de aprendizaje debe poseer una relación no arbitraria, sustancial y una estructura lógica. Mientras que el alumno debe presentar una disposición por aprender y poseer conocimientos y experiencias previas.

En este contexto, el aprendizaje significativo según la teoría de David Ausubel presenta una serie de principios para el aprendizaje conceptual, los cuales se enumeran a continuación (Barriga, 2001: 33):

- El aprendizaje se facilita cuando los conocimientos se presentan al alumno organizados con una secuencia lógica-psicológica apropiada.
- Es conveniente delimitar intencionalidades y contenidos de aprendizaje en una progresión continua que respete niveles de inclusión, abstracción y generalidad.
- Los contenidos a impartir deben presentarse en forma de sistemas conceptuales organizados, interrelacionados y jerarquizados.
- La activación de los conocimientos y experiencias previos del aprendiz facilitará el proceso de aprendizaje.
- El establecimiento de puentes cognitivos podrán orientar al alumno a detectar las ideas fundamentales, a organizarlas e integrarlas significativamente.

De esta manera, el contenido aprendido bajo este tipo de aprendizaje será integrador y permitirá disminuir los niveles de olvido de los conocimientos adquiridos

en la escuela institucionalizada. En este sentido, Rayzábal (2002: 552) sostiene que “una enseñanza significativa que respete estos criterios se adecua mejor a los ritmos de aprendizaje de cada estudiante y así orienta y apoya la propia construcción del conocimiento, facilitando la transferencia de lo aprendido a situaciones nuevas y generando, de esta manera, mecanismos de retroalimentación o, lo que es lo mismo, el desarrollo de los procesos y habilidades necesarios para aprender a aprender”. Principios estos básicos para generar una educación para los medios.

La televisión en el proceso educativo

La práctica educativa debe entenderse como una situación especial de comunicación, sin embargo, el proceso de la integración de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación en la práctica docente se ha realizado de forma más lenta que su penetración en la sociedad. Desde una perspectiva tradicional, los medios eran utilizados en el aula de forma esporádica y en la actualidad forman parte del marco curricular. Ferrés (1994:121) considera que “educar con la televisión es incorporarla al aula, en todas sus dimensiones y niveles de enseñanza, no para incrementar aún más su consumo, sino para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje”. A pesar de que la educación y la televisión poseen marcadas diferencias pueden ser complementos para lograr objetivos comunes en los procesos de formación de las sociedades.

La utilización de la televisión en el aula es considerada por sus posibilidades en los procesos de estimulación del interés y la atención de los alumnos, así como facilitar el acceso a informaciones reales y académicas para dinamizar las actividades de enseñanza (Martins, 1995:144). Para Pérez Tornero (1996: 15), la educación y la televisión se ocupan del saber, a través de medios muy variados con fines sociales. En este sentido, la explotación didáctica de la televisión según Aguaded (1998: 438) se divide en tres áreas: Los medios como auxiliares didácticos; los medios como ámbito de estudio y los medios como técnicas de trabajo. Estos tres ámbitos de utilización didáctica pueden ser empleados en todos los niveles educativos.

De esta forma, la televisión como auxiliar o recurso didáctico puede ser utilizada como complemento en las diferentes áreas del conocimiento y niveles educativos. Según Ferrés (1994: 126-127) en este nivel, la televisión puede ser empleada a través de variadas modalidades, tales como: Videocolecciones (espacios televisivos que desarrollan contenidos curriculares); programas motivadores (espacios televisivos como base para generar trabajos académicos posteriores) y vídeos de apoyo (Imágenes de apoyo para las exposiciones del docente en clases).

En este sentido, es importante señalar que en la práctica docente resalta el papel de la tecnología educativa. Esta realidad se identifica cuando las tecnologías de la información y la comunicación son utilizadas como recursos instruccionales, resaltando los medios audiovisuales, así como para diseñar nuevas estrategias en los procesos de enseñanza, a través de la creación de materiales didácticos. Existen variadas corrientes educativas y críticos sobre el medio televisivo que sostienen que antes de “concretizar el uso didáctico de la televisión en el aula, es importante iniciar con una alfabetización audiovisual a través de la cual los docentes desarrollen habilidades cognitivas y de lenguaje del medio que les permitan acercarse a la televisión de manera crítica y propositiva, lo cual les ayudará después a formar receptores activos, capaces de resignificar los contenidos transmitidos para obtener aprendizajes significativos” (ILCE, 2006:36).

Estas prácticas didácticas redimensionan a la televisión como un medio de comunicación y como un recurso para el aprendizaje, donde se utilizan las potencialidades del lenguaje audiovisual para diseñar propuestas educativas. Desde este contexto destacan dos aspectos sobre la tecnología educativa, donde la televisión es utilizada como una herramienta para procesos de educación a distancia, interacciones comunicativas y generador del diálogo estimulador para el aprendizaje.

No obstante, la televisión como objeto de estudio, según Aguaded (1998:441-442), debe estar orientada a estimular la alfabetización audiovisual, donde los alumnos puedan reflexionar sobre este medio, para estimular el análisis crítico de su accionar en

el ámbito social. Este mismo autor, cierra el ciclo de la utilización de la televisión en la escuela, resaltando al medio como una técnica de expresión para comunicar a través del video producciones individuales y grupales. Freinet (1979:95) valoró la visión del proceso creativo como un elemento clave de la relación educación y uso de los medios.

Es necesario puntualizar, que en la relación educación y televisión se identifica el desarrollo de una televisión educativa, la cual es utilizada dentro de los escenarios de la enseñanza formal e informal de los ciudadanos. Desde esta realidad, lo educativo puede estar presente en cualquier contenido que posea como propósito difundir informaciones relacionadas con los saberes de la humanidad.

La televisión cultural es definida por Cabero (1994) como la más genérica y cuyos objetivos fundamentales son la divulgación y el entretenimiento. El planteamiento educativo se encuentra inmerso dentro del propio programa, los cuales no hacen necesario la utilización de materiales complementarios

Para Martínez (1992:77), este tipo de televisión presenta contenidos sin una planificación secuencial en el tiempo y sus objetivos están direccionados a la divulgación y el entretenimiento, con planteamientos narrativos propios del lenguaje televisivo.

La televisión educativa según Koenig y Ruane (1979: 9) debe ser entendida como “un medio que difunde programas dedicados a la información, a la instrucción, a temas culturales y de interés general, y al entretenimiento”. Pérez Tornero (1993:27), la circunscribe instrumentalmente en un proyecto de formación e instrucción, la cual puede contemplar a la televisión escolar. En su sentido, más amplio este tipo de televisión posee un predominio de diseños didácticos, secuenciación flexible, medios y materiales complementarios, y públicos concretos y predefinidos. Cabero (1994) contempla que esta televisión posee contenidos que tienen algún tipo de interés formativo y educativo, pero que por algún motivo no forman parte del sistema escolar o del programa curricular. Los programas en este tipo de televisión pueden agruparse en torno a series con capítulos que se transmiten dentro de una programación continua.

Martínez (1992: 81-100), resume que la televisión educativa se caracteriza por: presentar contenidos extracurriculares en relación al sistema escolar, contemplar objetivos pedagógicos y desarrollarse a través de planteamientos didácticos.

Por su parte, la televisión escolar presenta contenidos curriculares, objetivos pedagógicos y planteamientos didácticos. Cabero (1995) en su trabajo *Retomando un medio: la televisión educativa*, contempla que la televisión escolar persigue la función básica de ser una alternativa y sustituta del sistema formal o estar fuertemente ligada al currículo escolar. Desde esta perspectiva, sus objetivos son exactamente los mismos que ofrece el sistema educativo general, y abarca desde los niveles básicos, hasta cursos universitarios de actualización. Como es de suponerse, sus principios de diseño se apoyan en la didáctica, las teorías de aprendizaje y el diseño curricular

La televisión escolar se basa en el currículo diseñado en la educación formal, el cual será difundido a través de las pantallas, sustituyendo la labor docente y los procesos de interacción en las aulas.

La televisión educativa y escolar se caracteriza por contemplar una audiencia específica, donde se tiene claro para el diseño de los contenidos sus conocimientos previos, edad, niveles culturales, contextos de utilización y estrategias didácticas. Casado (1996: 57) resume las funciones de la televisión educativa de la siguiente forma: Colaborar con las familias en la formación de los niños; fomentar y promover la formación de personas adultas; facilitar medios y recursos audiovisuales a los centros de educación; contribuir permanentemente a la formación ciudadana; expandir y difundir ampliamente valores educativos y culturales, entre otros.

Para Aguaded (1998: 308-309), resalta que cualquier programa de televisión es un medio didáctico en manos del profesor, si éste decide integrarlo en un diseño curricular concreto, porque la televisión educativa, la hace educativa el profesor, el receptor final y no la intencionalidad de los emisores. Sólo en la medida en que exista un profesor y la emplee con esa intencionalidad, la integre dentro de un diseño curricular, la televisión educativa existirá.

Educar para la televisión

La educación mediática

Los estudios sobre la influencia de los medios de comunicación han permitido el desarrollo de propuestas que plasman un flujo comunicativo en diferentes vertientes que flexibilizan los modelos tradicionales diseñados para explicar el proceso de la comunicación.

Para Kaplún (1986:68), la comunicación y la educación son dos ciencias que están muy vinculadas y que la actividad dialógica de ambas define el éxito de los objetivos de cada una. Desde esta concepción, Kaplún propone una comunicación y una educación, donde los involucrados “aprenden de y con los otros”. Para este autor, la comunicación debe ser entendida como un proceso humano y bidireccional, donde los involucrados son sujetos más no objetos, donde todos construimos y recreamos el conocimiento.

A través de los avances en las tecnologías de la comunicación y la información se han creado aspectos generadores o diferentes pantallas para ejercen estrategias de comunicación y de difusión alternativas. Desde esta perspectiva, la comunicación se ha masificado y todos podemos comunicar gracias a las nuevas herramientas tecnológicas que lo facilitan. Una foto, un mensaje, una llamada, una grabación a través de un celular, una tableta, cámara o computadora crean las nuevas alternativas para hacer la producción televisiva e interactuar en relación a los contenidos que son prioritarios en los procesos de mediación.

Desde esta realidad, Ferrés (1994:121), destaca la necesidad de la educación para la televisión y detalla que ésta educación “significa convertir el medio en materia u objeto de estudio. Supone educar en el lenguaje audiovisual, enseñar los mecanismos técnicos y económicos de funcionamiento del medio, ofrecer pautas y recursos para el análisis crítico de los programas”. Asimismo, agrega que se debe “realizar una

aproximación al medio desde todas las perspectivas: técnica, expresiva, ideológica, social, económica, ética, cultural”.

En este sentido, para su aplicación se identifican aspectos teóricos y metodológicos vinculados con la semiótica audiovisual, la sociopolítica de la comunicación, influencia de los medios de comunicación, teoría de las representaciones sociales a las mediaciones y estrategias pedagógicas, entre otras.

En la educación mediática, se vincula el trabajo en equipo de los comunicadores y educadores, el cual es resumido por Aguaded (2002:35) de la siguiente manera:

(...) Los docentes y expertos en comunicación tenemos una doble responsabilidad, pues no solamente estamos obligados a aprender a comunicar sino que además estamos obligados a enseñar a otros a hacerlo. No sólo somos destinatarios, sino que a la vez somos difusores
(...) Ese es el gran reto: formar y ser buenos consumidores.

Para lograr el reto planteado por este autor el aprendizaje mediático debe estar orientado más allá de los aspectos educativos formales y brindar nuevas alternativas a los esquemas pedagógicos preestablecidos.

Por esta razón, Aguaded (2002:36) respalda que se debe:

Superar ese divorcio o abismo de separación que existe en la actualidad entre lo que es el universo de la escuela y el de la comunicación (...)
Por ello, podemos plantear que los comunicadores tienen que ser educadores y los educadores comunicadores. El comunicador tiene que educar y el educador tiene que entretener

La educomunicación se concibe en un contexto de cambio cultural, dialógico, dialéctico, interactivo y global, donde el hecho pedagógico es una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican y al hacerlo construyen el hecho

educativo, cuyo propósito es estimular el pensamiento crítico frente a los contenidos que difunden los medios de comunicación.

En esta realidad, la educomunicación pretende generar una educación y una comunicación que forme ciudadanos responsables y participativos a partir del conocimiento de su entorno, experiencias y motivaciones para estimular una autonomía crítica y creativa frente a las tecnologías de la comunicación y la información. De esta manera, “la premisa central que se postula es que el conocimiento es situado, es parte y producto de la actividad, del contexto y de la cultura en que se desarrolla” (Barriga, 2001: 37).

Aunque no existe una pedagogía definida de la educomunicación, la práctica y los métodos utilizados por los educadores y comunicadores que estimulan esta disciplina ponen en evidencia elementos de la teoría constructivista y significativa para lograr en los estudiantes una sensibilidad crítica sobre los mensajes difundidos por los medios de comunicación.

Para Orozco, la educación para los medios debe partir de reconocerse como sujeto-audiencia. “Ser audiencia significa hoy, en primer lugar, una transformación sustancial de la estructuración de los sujetos. Ser audiencia modifica el vínculo fundamental entre los sujetos sociales con su entorno y los acontecimientos y con las fuentes clásicas de información y producción de conocimientos” (Orozco, 2001: 2).

El vínculo de la audiencia con los medios, según este autor, está definido por la cuádruple dimensionalidad que contempla: el lenguaje audiovisual, la mediacidad, tecnicidad y su institucionalidad. Estas dimensiones evidencian la relación del lenguaje de los medios con la realidad de las sociedades y su interacción global con la percepción que poseen de la realidad.

En síntesis, la pedagogía de la educación para los medios se caracteriza por estimular un aprendizaje dialógico:

Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas, Ser dialógico es empeñarse en la transformación constante de la realidad. Esta es la razón por la cual, siendo el diálogo contenido de la propia experiencia humana, no puede contener relaciones en la cuales algunos hombres sean transformados en seres para otros (Freire, 1973:56).

De esta manera, la educomunicación representa estrategias pedagógicas que estimulen aspectos críticos, dignificantes, liberadores y creativos. Franco y Orozco (2014: 34) explican estos aspectos de la siguiente manera:

- Crítico: para enseñar a valorar, jerarquizar y evaluar los contenidos.
- Dignificante: rescatar la función de las nuevas generaciones, no sólo como audiencias/usuarios de medios, sino como ciudadanos con derechos a la comunicación.
- Liberador: Convertirse en el epicentro de la comunicación y generar mensajes más propositivos que estén anclados en lo sociocultural y no en lo comercial.
- Creativo: Promover la producción de contenidos en diversas plataformas mediáticas, aprovechando el propio potencial que las generaciones más jóvenes han construido en su relación con las pantallas.

Teoría de las mediaciones

Las tecnologías de la comunicación y la información están cada vez más presentes en el desenvolvimiento de las sociedades del mundo, gracias a la influencia que ejercen en los procesos de aprendizaje y de interacción grupal. Es por ello, que se

emplea el concepto de mediación para abordar el proceso complejo de la comunicación y la vida en sociedad.

Para Colina (2003:77) el concepto de mediación posee una “dualidad complementaria”, donde se involucran factores de intervención o de intermediación en modelos culturales, ligado a la relación del consumo mediático y a las audiencias.

En este sentido, se presentan mediaciones cognitivas y estructurales sobre el hecho comunicacional, pasando por lo individual, situacional, institucional y tecnológico. Esta visualización de las mediaciones es conocida como el modelo múltiple, el cual fue concebido por Orozco (1997) y el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana de México.

Para Orozco, las mediaciones “son procesos que a su vez ejercen una influencia estructurante en los procesos comunicativos en su conjunto. Tiene su origen en diversas fuentes. Los mismos medios, los textos y discursos circulados por ellos, los lenguajes y dispositivos técnico – informativos, los propios miembros de la audiencia, como individuos con trayectorias genéticas irrepetibles y como sujetos sociales” (Orozco, 1997:32).

De esta forma, la cultura es el eje denominador en las diferentes mediaciones, las cuales pueden ser agrupadas como micromediaciones y macromediaciones. Orozco considera que el inicio de las micromediaciones está en el ámbito individual particular de cada sujeto que es audiencia. Sus experiencias, desarrollo cognitivo y emocional definen la naturaleza de la interacción con los medios, al interactuar con los referentes televisivos para seguirlos o rechazarlos sin la necesidad de estar acompañados de otros sujetos (Orozco, 2001:42).

Las mediaciones no sólo pueden iniciar en el proceso de visualización de la televisión, sino en las interacciones que se producen después de observar al medio. De

esta forma, la mediación también es situacional y contextualizadas, vinculada con los contextos donde se desarrollan los procesos de interacción, los cuales “desembocan en segmentaciones que las atraviesan transclasista, transgeneracional, transgenérica, transgeográfica y transétnicamente” (Orozco, 2001:43).

Por su parte las macromediaciones según este autor están vinculadas por el entorno social donde se construyen las identidades grupales, las percepciones, la institucionalidad y la tecnología. Este aspecto pone en evidencia que las mediaciones no son monopólicas y dependen de la percepción que posee el sujeto que es audiencia, mezclado con los aspectos mercadotécnicos que se presentan en un continuo ciclo de transformación y adaptación a los avances de las tecnologías de la comunicación y la información.

Orozco (2001:47) en su teoría de las medicaciones considera varios aspectos, entre los cuales se pueden considerar:

- Las fuentes de información poseen influencias que están relacionadas con el lenguaje de los medios, la programación de los medios, las audiencias y los aspectos culturales.
- Las fuentes están condicionadas a los guiones definidos por las diferentes instituciones sociales que orientan los discursos a seguir.
- Las audiencias constituyen su propio guión de interpretación sobre los difundidos por los medios.

En este sentido, Orozco (2012) define que ser sujetos audiencias cambia los vínculos que existen con su entorno social y las fuentes clásicas de información o de producción de conocimientos, tales como, las instituciones públicas, educativas y culturales, entre otras.

De acuerdo con esto ni la institución televisiva ni el sujeto-receptor son recipientes vacíos, sino que constituyen instancias situadas

socioculturalmente. Este sujeto trae a la pantalla sus repertorios culturales (actitudes, valores, creencias, mitos, etc) que pone en juego para contradecir, reforzar o complementar los mensajes cifrados por dichos medios (Hernández, 1998: 44).

Para concluir, la relación de las audiencias con los medios es colectiva, más no individual y el significado que el sujeto realice de los mensajes que difundan los medios dependerá de su concepción cultural y referencial.

La teoría multidimensional de la EPM

La Teoría Multidimensional de la Educación para los Medios (EPM) elaborada por José Martínez de Toda, expone un modelo teórico-evaluativo sobre las diferentes visiones que se han desarrollado durante la historia en la educación televisiva para las audiencias. “La preocupación actual es qué pasa dentro del sujeto, cómo reacciona diversamente ante los medios según cambien los días, las edades y los contextos sociales” (Martínez de Toda, 1998: 8).

Martínez de Toda resume en seis dimensiones la educación mediática con el propósito de elaborar una teoría del sujeto como elemento protagónico, las cuales se resumen en: sujeto alfabetizado mediáticamente, sujeto consciente, sujeto activo, sujeto crítico, sujeto social y sujeto creativo.

El sujeto alfabetizado tiene sus orígenes, según este autor, en las teorías corporativista y de comunicación para el desarrollo. De esta manera, el sujeto alfabetizado lo concibe como aquel que: “está bien entrenado en el lenguaje audiovisual y en su significado. Esto le permite entender el mensaje central del autor y la cultura que se está creando” (Martínez de Toda, 1998: 17). Por esta razón, emplea análisis estructuralistas y semiológicos de los contenidos televisivos, a través de variados enfoques de alfabetización, lenguaje total y audiovisual.

El sujeto consciente está relacionado con las teorías libertarias, de responsabilidad social y del funcionalismo, haciendo especial énfasis en aspectos de los usos y gratificaciones de los medios “El sujeto consciente sabe cómo funcionan los medios, cómo son los procesos de producción en la industria de los medios, y cómo tratan a la audiencia. Esto le permitirá discriminar entre los productos mediáticos (...) y caer en la cuenta de por qué enfatizan aspectos antisociales...” (Martínez de Toda, 1998: 26).

El sujeto activo representa la valoración de la identidad del sujeto y su propio contexto cultural para la interpretación de significados de los contenidos difundidos por los medios. Este sujeto se caracteriza por ser “un deconstructor/reconstructor del significado de los medios, que se da cuenta de hacer construcciones diversas del texto. Hace un análisis discursivo con un proceso de construcción activa de significado y de cultura popular, partiendo de su propia identidad y de su contexto social” (Martínez de Toda, 1998: 39).

El sujeto social “es aquel, que sabe que a él confluyen diversas mediaciones sociales, a través de las cuales él mantiene una relación activa con el mundo alrededor (...) Sabe usar los medios masivos como un foro para intercambiar y discutir los problemas comunes con los demás (Martínez de Toda, 1998: 71). Esta dimensión tiene sus orígenes en las teorías comunitarias, democráticas participativas, cultura ritual y popular, foro público, entre otras.

La dimensión del sujeto creativo está vinculada con la teoría democrática – participativa y de comunicación popular. Este sujeto “sabe construir una resignificación y sabe cómo producir mensajes audiovisuales originales. Éstos se suelen basar en las contribuciones y valores discutidos y aceptados por su comunidad creativa. Tales mensajes deben ser útiles para la sociedad” (Martínez de Toda, 1998: 90).

La sexta dimensión, es la del sujeto crítico, la cual consiste en que el educando reconozca que “algunas proposiciones (o presentaciones de medios) vienen distorsionadas ideológicamente a favor de los poderosos. Cuestiona lo que aparece en los medios, cuando presentan elementos que no están de acuerdo ni con los valores propios ni con informaciones recibidas de otras fuentes” (Martínez de Toda, 1998: 54).

Este sujeto está preparado para construir y reconstruir los mensajes de los medios. De esta manera, sabe cómo resistir las distorsiones ideológicas y la hegemonía haciéndolas explícitas y visibles. La confrontación mediática de esta dimensión se realiza evaluando la cultura, valores y significados del sujeto. “El análisis ideológico se enriquece al tomar en consideración la propia identidad” (Martínez de Toda, 1998: 54).

Martínez de Toda (1998:54) elaboró una compilación de las teorías desde el área comunicacional que se han desarrollado durante la historia para estimular la percepción crítica. Los orígenes teóricos de esta dimensión los identifica en la teoría “crítico-democrática” que surgió contra las presunciones libertarias y de responsabilidad social en Europa y países subdesarrollados. Los puntos claves de esta teoría fueron: ideología, hegemonía, mito y alineación.

Martínez de Toda (1998:70) resume las características de este sujeto de la siguiente forma: Sabe analizar los intereses políticos y comerciales de los medios para defenderse de sus ideologías; sabe que la ideología se halla sobre todo en el nivel connotativo, pero también en el denotativo; no considera a la TV simplemente como otra escuela o un instrumento de entretenimiento o su amigo, sino sobre todo como una empresa, interesada principalmente en el predominio de los intereses de sus dueños; está enterado de los aspectos positivos y negativos de la publicidad; tiene autonomía crítica, es decir aun fuera de clase y en el futuro; está bien informado; conoce casos concretos de manipulación ocultos a la opinión pública; es escéptico de lo que ve y oye, hasta que se presenten las pruebas; es ético y reflexivo.

La criticidad de la televisión

El proceso de la criticidad comprende una acción reflexiva “que moviliza a la conciencia de sí y compromete al sujeto a una reorganización crítica de su conocimiento, incluso a una nueva puesta de sus puntos de vista fundamentales” (Tellez, 1993: 64). Por su parte, Kaplún compara a la lectura crítica de la televisión con la hermenéutica porque “va más allá, más adentro de lo que está a la vista en el mensaje y penetra las estructuras ideológicas” (Kaplún, 1992: 167).

Es por ello, que se considera que la actitud crítica tiene como propósito hacer consciente la posible manipulación ideológica que pueden ejercer los medios. Según Kaplún, la educación crítica de los medios de comunicación debe estar orientada a obtener de los receptores una conciencia de la persuasión y manipulación ideológica que se encuentra reflejada en los contenidos que son transmitidos a través de los medios de comunicación. De esta manera, sostiene que la educación crítica:

(...) pone el énfasis en el contenido ideológico de los mensajes. Entiende que toda auténtica formación de la actitud crítica de los receptores debe pasar necesariamente por la toma de conciencia por parte de éstos de la ideología subyacente en los mensajes –entendida ésta fundamentalmente como el conjunto de valores y creencias que articulan las conductas sociales cotidianas- y del proceso ideológico implícito en las operaciones de codificación y descodificación de los mismos (Kaplún, 1992:197).

Partiendo de lo anterior, se puede interpretar que la lectura crítica debe responder a la necesidad de descubrir el discurso de los medios, sometiéndolo a sospecha para lograr una reflexión, problematizando la realidad para obtener dicha lectura crítica, ser conscientes de los mensajes, y aprender de los mass media.

Kaplún destaca el propósito que posee la educación para los medios en desarrollar metodologías pedagógicas que contribuyan a lograr el cumplimiento de los objetivos de la lectura crítica. Por ello, propone un modelo basado en siete rasgos: Vivencial, audiovisual, inductivo-participativo, apoyado en instrumentos de análisis, divulgativos, la opción política y de autocomprensión.

“El contacto vivencial con la televisión supone entonces el tránsito de una lectura ingenua, abierta, desprejuiciada y espontánea, a una lectura racional, reflexiva, crítica, sistematizada e intelectual. Ambos tipos de lectura son complementarios” (Hernández, 2003: 22). En consonancia con lo antes expuesto, el proceso de auto observación es necesario para transitar hacia el camino de la lectura crítica de los mensajes, donde el contexto emocional, cultural y del entorno son piezas claves para el desarrollo de la educación para los medios.

Para Kaplún la lectura crítica debe ser inductiva y participativa. “La criticidad es un proceso personal... Los educandos deben descubrir por sí mismos los contenidos connotados de los mensajes televisivos” (Kaplún, 1992: 170). En ellos está el protagonismo de elaborar preguntas y manifestar inquietudes, y en el educador de ser el moderador y fomentar la participación, la problematización y diálogo sobre temas determinados. Es de destacar, que el docente como guía de la educomunicación no brinda juicios de valor o realiza imposiciones sobre criterios frente a los medios de comunicación. El proceso educativo es dialógico y participativo, construido en equipo y guiado por el docente.

La lectura crítica de Kaplún se base necesariamente en el apoyo de instrumentos de análisis que permitirán a los educandos realizar estudios detallados de los diferentes géneros de la producción televisiva. Los instrumentos de análisis son incorporados de diferentes disciplinas de las ciencias sociales: teoría de la comunicación, psicología, la semiótica, entre otros (Kaplún, 1992: 170). El propósito de contar con estrategias metodológica para la lectura crítica permitirá guiar el proceso de la educación

televisiva, a través de disciplinas que le brindan confiabilidad y objetividad al análisis de los contenidos.

La lectura crítica debe ser divulgativa de los términos del lenguaje televisivo de una forma sencilla y entendible para los educandos. En relación a la opción política mencionada por Kaplún, parte de la concesión que el “educar es ayudar a que el educando, como ser social, sea capaz de concientizar su real situación dentro del mundo y de la sociedad en la que se haya inserto. Educar es ayudar a que el educando se convierta en un emisor-receptor libre, consciente y comprometido con los intereses materiales y simbólicos de su propia clase social” (Hernández, 2003: 25). En este contexto, la educación para la televisión debe aprovechar las características de este medio que forma parte de la cotidianidad de los seres humanos para satisfacer sus necesidades informativas y de entretenimiento.

Educar con la televisión y para la televisión con el propósito de una lectura crítica de sus contenidos implica un aspecto Audiovisual. Para Kaplun (1992: 170), este proceso comprende la utilización de las tecnologías necesarias en el campo audiovisual para la revisión, visualización y aprendizaje de la programación que es difundida por este medio.

Asimismo, la lectura crítica de los medios promovida por este autor persigue la concientización en los educandos sobre su realidad local, nacional e internacional, a la par de las implicaciones en las cuales se ve involucrada la televisión. Ello supone que en los procesos de lectura crítica se estimule la racionalización y análisis sobre preferencias en el seguimiento de programaciones o prejuicios de sus contenidos.

La autonomía crítica de las audiencias

La autonomía crítica de Masterman (1993) sustenta que el alumno en educación para los medios debe poseer la capacidad de valerse por sí mismo en las opiniones

críticas que formule, sin depender del docente. La autonomía crítica, según Masterman, es definida de la siguiente forma:

La labor, realmente importante y difícil [...] consiste en desarrollar en los alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica para que sean capaces de aplicar juicios críticos a los documentos de los textos que encuentren en el futuro. La dura prueba de cualquier programa de educación audiovisual es comprobar [...] que los alumnos son críticos en la utilización y comprensión de medios cuando el profesor no está delante (Masterman 1993:40).

De esta manera, Masterman expone las dificultades de abordar el diseño de una educación audiovisual para la autonomía crítica, reconociendo el campo de acción tan amplio de los medios de comunicación y la necesidad de lograr la confianza en los estudiantes para que desarrollen sus propias reflexiones. Por esta razón, el autor sostiene que:

(...) cualquier pedagogía que haga al alumno depender del profesor será contraproducente. Tenemos que desarrollar métodos en los que la confianza del alumno crezca el dialogo en grupo, y en la que éste pueda elaborar sus propios juicios, desarrollar lo antes posible la capacidad de analizarlos, y así responsabilizarse de su propio aprendizaje y pensamiento (...) (Masterman, 1993: 44).

Es por ello, que sugiere que la educación para la percepción crítica debe obviar la transmisión bancaria de conocimientos, valorar la opinión e ideas manejadas por los educandos. No permitir que los estudiantes reproduzcan las ideas de los profesores, se debe promover un alumno original, creativo en sus reflexiones y que pueda transferirlas a nuevas situaciones.

La estrategia recomendada por el autor para estimular la autonomía crítica, comprende una sección conceptual de los tópicos a tratar, junto a sus teorías y conceptos, y el diseño de un método acorde a los educandos para desarrollar la reflexión de los temas que fomentarán la autonomía.

Para Masterman el principio de la educación para los medios es la “no-transparencia o distinción entre representación y realidad”. Donde se estudia la retórica de los medios, las ideologías que difunden y la influencia de la publicidad capitalista.

Masterman recomienda una pedagogía no jerárquica, democrática, centrada en el grupo, orientada a la acción y horizontal. Usa el método de las preguntas: ¿A qué intereses sirven los programas? En el análisis el grupo pasa del significado denotativo al connotativo. En los dos se halla la ideología, pero especialmente en el connotativo (Martínez de Toda, 1998:65).

En este sentido, el docente de la educación para los medios en la autonomía crítica representa un papel de orientador que le permitirá a los educandos encontrar la información por sí mismos en las fuentes originales y aprovechar al máximo las percepciones e ideas del grupo.

En tal sentido, la teoría de la autonomía crítica de Masterman engloba cuatro áreas a saber: Autonomía crítica, retórica de la imagen, ideología audiovisual y decodificación liberadora. Una autonomía crítica como resultado final de la educación para los medios orientada a estimular cuestionamientos individuales y grupales frente a la dinámica de los mass media, reconociendo el poder de la comunicación y promoviendo la interpretación y argumentación teórica-práctica.

El ecosistema de los medios presenta ideologías a través del discurso audiovisual. La televisión es garante de sistemas de creencias, grupos de significados de la realidad que vive una determinada sociedad o país, así como la imposición de

signos para garantizar las fuerzas de grupos dominantes sobre el resto de la sociedad. Por ello, la ideología fomenta en las audiencias procesos de connotación y denotación.

Entendiendo la denotación, desde la semiótica, como la relación directa de un signo con su referente, mientras que la connotación va más allá del simple significado porque se involucran aspectos culturales de la persona que identifica el signo. Para Masterman, la educación para los medios debe involucrar aspectos denotativos y connotativos en las interpretaciones que se elaboren, utilizando para ello elementos de la semiótica para develar aspectos que no son tan evidentes cuando se visualiza una determinada programación.

Para concluir, este autor reitera que la EPM debe promover una decodificación liberadora del contenido mediático, al conocer los elementos que conforman la retórica de la imagen. Esta decodificación debe ser garante para estimular interpretaciones propias y que no requieran de la presencia del docente para garantizar una argumentación razonable y con sustento teórico-práctico, donde el diálogo, la investigación y el conocimiento que se posea del medio son determinante para la autonomía crítica.

El método comprensivo

Para Joan Ferrés, es evidente la necesidad del espíritu crítico en la sociedad para disminuir los posibles riesgos de manipulación mediática. Para ello, es vital una educación que garantice el pensamiento crítico a través del método comprensivo.

Un método globalizador, que incorporé todas las facultades humanas que han sido movilizadas por las imágenes...El método comprensivo pretende llegar a la reflexión a través de la emoción (Ferrés, 1994:130).

Ferres valora las ideas y sentimientos de los alumnos para iniciar el camino hacia la reflexión crítica en la educación para los medios. Esto se debe a que el método

comprensivo acepta que cualquier contenido de los medios provoca reacciones en el receptor y hay que partir de ellas para entender la realidad. Sin embargo, no desestima la importancia de conocer la naturaleza del medio para comprender y complementar el espíritu crítico.

Este autor considera necesario definir un método en la educación para los medios para brindar una metodología específica para estimular esta disciplina. “Educar para la reflexión crítica supone ayudar a tomar distancia respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de las historias... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre los que aparecen en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella” (Ferrés, 1994: 106).

El método según este autor comprende una herramienta o instrumento de entrenamiento para el análisis y la comprensión. Por ello, concibe el método comprensivo para la educación de los medios, el cual debe partir siempre de la interacción porque “la experiencia televisiva es el resultado del encuentro de un espectador – con su ideología, su sensibilidad, sus sentimientos, sus emociones y valores – y un emisor – con su ideología, sus intereses explícitos e implícitos, sus valores y su sentido de la estética” (Ferrés, 1994: 107).

Ferrés diseña su método desde la conciencia de todas las emociones y las interacciones de las audiencias: “Comprendo mientras me comprendo... Se trata de aprender sin negar el placer, o, si se prefiere, de aprender desde el placer y gracias al placer” (Ferrés, 1994: 107). Un placer comprendido en el gusto de ver la televisión o el cine, escuchar la radio o leer la prensa. Este método, según Ferrés, comprende tres fases:

En una primera fase se trataría de formular de manera espontánea las reacciones primarias, de gusto o disgusto, de impacto o

de indiferencia...En una segunda fase se irán tomando distancias respecto a las propias reacciones. De manera gradual se irán introduciendo preguntas de carácter racional...El proceso concluye en el análisis, en la reflexión... sobre las imágenes mediatizadas por la propia experiencia... (Ferrés, 1994:130).

Ferrés (1994: 130) reitera que en la educación para los medios es necesario la valoración de los pensamientos, sentimientos y reacciones de cada educando, los cuales son elementos de peso para los procesos de toma de decisiones y desarrollo de acciones frente a los mensajes que son consumidos de la televisión. Sólo partiendo del entendimiento de nuestros sentimientos, puntos de vistas y consecuencias de las decisiones tomadas y acciones desarrolladas se podrá iniciar el método comprensivo. Este autor en base a este modelo ha diseñado metodologías para el análisis crítico de informativos, largometrajes y comerciales valorando al educando como el protagonista para la teoría crítica.

Un método que debe ser global, pasando de lo emocional, verbal, analítico y lógico al figurativo, icónico y sintético. Valorando los escenarios formales e informales en los procesos de la educación para los medios, consciente de que el aprendizaje mediático poseen enfoques no sólo instrumentales, sino del entorno en el cual se encuentra el estudiante inmerso para estimular pensamientos emocionales y pensamientos racionales.

Educar en mediaciones y aprender a pensar en EPM

En el contexto venezolano, el comunicólogo Hernández, adelantó una serie de trabajos para proveer herramientas para la labor de la educación para los medios, y de esta forma adelantar un desarrollo teórico, metodológico y epistemológico sobre esta disciplina. Con este propósito, Hernández elabora dos propuestas dirigidas a las audiencias de la televisión para que reflexionen por si mismas sobre los contenidos que

son difundidos y el entorno que envuelve a este medio. Estas propuestas son resumidas como: Aprender a pensar en la educación para los medios y educar en mediaciones.

Aprender a pensar en la educación posee como propósito principal “incentivar el metaprendizaje y la metacognición, lo cual supone que éste debe aprender a aprender y aprender a pensar los contenidos que se imparten en el aula, y, a su vez, relacionarlos con los temas centrales de la educación en medios de comunicación” (Hernández, 2002: 47).

A partir de la teoría del pensamiento lateral de Edward De Bono sobre Los Seis Sombreros de Colores para Pensar, Hernández (2002) desarrolló una teoría de las seis antenas para pensar el contenido de los mensajes que son difundidos a través de los medios de comunicación.

Esta teoría concibe la necesidad de que las audiencias de los medios posean la capacidad de comparar los contenidos de la televisión con los valores a fin de extraer de esta experiencia una enseñanza moral y pedagógica. A partir de esta teoría se considera “la competencia conceptual para reflexionar sobre la comunicación humana y masiva, los factores de influenciabilidad de la televisión, los estereotipos, la televisión como industria cultural, los rasgos de la programación y de los géneros, el marco jurídico de la televisión venezolana y lenguaje audiovisual” (Hernández, 2007: 13).

En esta teoría se sustituyen los sombreros de Bono por antenas para pensar la televisión y se presentan actividades lúdicas para desarrollar una lectura crítica frente a los contenidos que son difundidos a través del medio televisivo. De esta manera, el Hernández (2007: 14-161) considera las antenas para pensar de la siguiente forma:

- La antena blanca o informativa. El color blanco se relaciona con hechos, cifras e informaciones. Por esta razón, Hernández considera que informar supone disminuir los niveles de incertidumbre, significa contar con el

argumento más eficiente para seleccionar la mejor alternativa. La información adecuada ayuda a prevenir, planificar y tomar decisiones. Algunos términos que se relacionan con la palabra información son: anunciar, avisar, participar, testimoniar, documentar, averiguar

- La antena roja o antena emocional. El color rojo representa emociones, sentimientos, presentimientos e intuiciones. La antena roja es para expresar libremente nuestras emociones, intuiciones, conjeturas y sentimientos. Con esta antena los usuarios son conscientes de las emociones que se desencadenan cuando se relacionan con la televisión.
- La antena verde de las nuevas ideas. El color verde representa en esta teoría exploración, inspección, reconocer y sondear alternativas. Esta antena permite a los usuarios y usuarias de los medios sumergirse en el juego de alternativas audiovisuales para mirar de otro modo los programas de televisión. Con esta antena es necesario que el usuario del medio posea información, examine, explore y pondere los contenidos audiovisuales para poder aportar ideas nuevas sobre nuestra manera de pensar, actuar y comprender la realidad.
- La antena amarilla de la ventaja. El color amarillo está relacionado con ventajas, beneficios y oportunidades. Esta antena dirige los pensamientos hacia los beneficios que reportan las ideas y proyectos, aduciendo las razones por las cuales funcionan en la realidad. De esta forma, el usuario podrá usar el volumen de contenidos de la televisión con el fin de extraer información beneficiosa que nos ayude aprender sobre los valores humanos.
- La antena negra de la crítica constructivista. Esta tonalidad está relacionada con el juicio, la verdad, la precaución y comparación de hechos. Esta antena es comparada por el autor como el juez de una corte que examina una situación determinada con miras a dictaminar a favor o

en contra. Esto supone, incluso, refutar la validez de los esquemas de pensamiento que han sido comprobados porque es una manera de aprender de manera significativa hipótesis, conceptos y realidades. Palabras claves de esta antena: contrastar, comparar, concordar, refutar, falsar, coherencia, encajar, debilidad.

- La antena azul para pensar. Con esta antena se evalúa el medio televisivo. La antena azul implica pensar sobre lo que se ha pensado, examinar nuestro proceso de pensamiento, significa preguntarse: ¿Dónde estamos ahora? ¿Cuáles son los pasos que siguen? ¿Cuál es nuestro plan de pensamiento? ¿Cuál es el tipo de pensamiento que domina nuestra percepción? ¿Por qué opinamos emocionalmente sin informarnos?

Con esta propuesta, Hernández brinda una serie de actividades que pueden ser utilizadas en los escenarios pedagógicos para potenciar la lectura crítica de la televisión, basada en el pensamiento lateral y creativo, donde se brindan espacios múltiples para el desarrollo de matrices teóricas de razonamiento desde una perspectiva constructivista, motivacional, con insumos de varias teorías y el análisis de los factores relacionados a los mensajes televisivos analizados.

Sobre la segunda propuesta de esta autor, vinculada a educar en mediaciones, es de destacar que contempla la anterior expuesta, pero se complementa al ampliar su visión sobre la educación mediática y brindarle un valor protagónico en la educación para los medios a la relación que las persona ejercen con variadas fuentes mediacionales, tales como la familia, la escuela, grupos sociales y las tecnologías de la comunicación y la información de avanzada. Desde este contexto, Hernández diferencia la educación en medio y la educación en mediaciones. Ésta última la concibe como el escenario donde se analizan “las mediaciones sociales, cognitivas y videotecnológicas con la finalidad de aprender a pensar sobre los discursos que se

generan en el dinámico, complejo y contradictorio entramado conformado por la cognición del sujeto y el entorno en el cual se encuentra inmerso” (Hernández, 2006: 17).

La educación en mediaciones es el resultado de variados análisis teóricos a través de los cuales este autor diseña competencias para entender y comprender la relación que poseen las audiencias con el macro de las tecnologías de la comunicación y la información. Es por ello, que retoma postulados epistemológicos desarrollados por José Martínez de Toda, Edgar Morín y Mario Kaplún, así como aspectos teóricos del constructivismo y las mediaciones sociales para la aplicación de estrategias cualitativas y cuantitativas para el análisis de las mediaciones, el pensamiento lateral y la semiótica de los medios.

Educación para la lectura crítica de la televisión

La muestra teórica sobre la educación para los medios orienta sus esfuerzos a desarrollar estrategias teóricas y metodológicas para estimular una lectura crítica de la televisión, donde el medio puede ocupar variadas fases de participación: la televisión como auxiliar y recurso didáctico; la televisión como objeto de estudio y la televisión como técnica de expresión y trabajo. Fases en las cuales se involucran variados procesos de mediación que determinan la interpretación y juicios de valor que se posea sobre su entorno como empresa comunicacional. En este sentido, la labor continúa abierta en vincular investigaciones sobre la recepción de sus contenidos con la educación de las audiencias y la necesaria formación de un espíritu crítico en los análisis de los mensajes televisivos.

Sarmiento (1993:19), resume que la formación de una conciencia crítica comprende varias etapas, las cuales se pueden resumir como: comprensión del proceso de producción de mensajes y signos que utiliza el medio y la sociedad; confrontación entre la conciencia de la audiencia y el universo simbólico que difunde el medio y el fortalecimiento de la capacidad de distinguir sobre los contenidos que ofrecen los

medios. La relación televisión y audiencias es un proceso complejo, multivariados y de constantes cambios.

Por su parte, Quiroz (1993: 253-254), al igual que Ferrés en el planteamiento de su método comprensivo, sostiene que la recepción crítica se orienta en dos fases. La primera, estimula una mirada sin prejuicios del televidente, y la segunda, donde se inicia la confrontación entre estas preferencias espontáneas de los televidentes con el análisis de los mensajes televisivos. En este contexto, la percepción crítica debe estar orientada a permitir al individuo o grupos de televidentes a descubrir activamente y hacer evidente el papel del medio en el desarrollo de sus vidas cotidianas.

La lectura crítica de la televisión, para Pérez Tornero (1994:94) no es una actividad automática y mucho menos espontánea. Para este autor, requiere de un proceso de aprendizaje, donde se involucran actividades mentales complejas para promover el raciocinio, la lógica y la imaginación. Por su parte, Ferrés (1994: 115), destacar que “aunque es cierto que las imágenes construyen al telespectador, también lo es que el telespectador construye las imágenes. La imagen actúa desde el psiquismo, pero es desde el psiquismo como adquieren sentidos las imágenes”. Para este mismo autor, “es transcendental tener presente, que junto a la vía racional todo proceso de análisis y lectura televisiva ha de tener en cuenta la vía emotiva por la que se transmiten los discursos televisivos (Ferrés, 1994:117).

En esta misma línea, Pérez Tornero (1994:139), sostiene que una educación para ver la televisión debe contemplar las siguientes tareas: La comprensión intelectual del medio, la lectura crítica de sus mensajes y la capacitación para la utilización libre y creativa del mismo. Para este autor (Pérez Tornero, 1994:156-159), la lectura crítica del medio debe contemplar variados procesos, entre los cuales se pueden enumerar: la racionalización del uso de la televisión, la creación de contextos adecuados para el análisis de los medios, comprensión reflexiva de sus mensajes, conocimiento y funcionamiento, así como el consumo colectivo y la potenciación de la dimensión pública de la televisión. De esta forma, la lectura crítica permitirá descubrir la finalidad

pragmática del texto, reconocer los niveles temáticos y operativos, percibir relaciones contextuales y proposiciones alternativas.

De forma complementaria, González (1993: 35-40) en su modelo de “lenguaje total” sostiene que el análisis crítico de los medios posee tres lecturas: la lectura connotativa de la realidad (supone el punto de partida de todo el proceso), la lectura denotativa (implica la toma de conciencia de una realidad que necesita ser objetiva) y una lectura estructural (donde se pretende encontrar el significado de los hechos, las causas, razones y posibles consecuencias).

Las etapas para desarrollar una lectura crítica de la televisión son muy similares en variados autores. Por ejemplo Aguaded (1998:507) contempla tres áreas para estimular la lectura crítica de la televisión:

- Desmitificación: conocer y apreciar el medio televisivo para aproximarlos como realidad al escolar telespectador.
- Alfabetización: Conocimiento y dominio del lenguaje de la televisión.
- Autoanálisis: toma de conciencia de las necesidades, motivaciones y recreaciones que produce la televisión en el telespectador.

La incorporación de la educación para los medios, en especial el televisivo, puede ser integrada a la práctica educativa como un eje transversal en los diferentes niveles del sistema educativo. Al respecto, apunta Masterman (1993:255) que la educación audiovisual es sumamente “importante para quedar encasillada en un compartimiento aislado”, por lo cual es pertinente considerarla como un proceso constante, holístico y transversal. En este sentido, Aguaded (1998: 521) enumera cinco ámbitos que debe contemplar un programa de educación para el telespectador:

- Las competencias globales, entendidas como el desarrollo de las habilidades necesarias para enfrentarse al proceso de aculturación que generan los medios de comunicación en su diversidad.

- Las competencias diacríticas, centradas en el funcionamiento del medio televisivo en relación con su especificidad respecto a los otros mensajes de los medios.
- Las competencias específicas, centradas en la categorización del discurso televisivo, lenguajes, en su tipología, géneros.
- Las competencias analíticas, centradas en el mensaje televisivo como un texto que combina armónicamente diferentes componentes para producir una unidad significativa y comunicativa.
- Las competencias evaluativas, por las que el telespectador es capaz de juzgar lo que ve y entenderlo en el conjunto de sus actividades culturales y analíticas.

Aguaded (1998:524) resume en cuatro puntos clave como brindar una formación integral sobre las competencias televisivas para estimular en los telespectadores una visión crítica y creativa del medio:

- Desde el punto de vista del telespectador: la selección, uso y utilización consciente y autónoma de programas.
- Desde el punto de vista del decodificador de mensajes: desarrollando una lectura crítica, no mixtificada y libre de manipulaciones abusivas.
- Desde el punto de vista del usuario de la televisión: utilizándola como instrumento práctico bien para el aprendizaje, la indagación o para la comunicación.
- Desde el punto de vista de la expresión: pudiendo ser un telespectador activo en la confección del mensaje y mensajes televisivos, participando de modo directo o indirecto en su elaboración.

Papel del educador y el comunicador social en la educación para los medios

La educación y la comunicación están directamente relacionadas con la evolución de las sociedades, así como las nuevas tecnologías de la información. Esta

realidad evidencia la presencia de una cultura audiovisual en la cual se está inmerso desde el inicio del proceso de socialización. Es por ello, que existe la necesidad de preparar a las personas en la interpretación y comprensión de los sonidos y las imágenes que son difundidas a través de los medios de comunicación social, en especial el televisivo. En anteriores puntos se ha estudiado las diferentes tendencias teóricas a través de las cuales se estimula la educación para la televisión, por ello es necesario analizar el rol que los educadores y comunicadores pueden ocupar en este proceso.

A pesar de que el rol del educador está directamente relacionado con el desarrollo social de las comunidades no es extraño evidenciar en la práctica educativa que el estudio de los medios de comunicación ocupa un peso minoritario en el ejercicio de esta profesión.

La capacidad de interpretar la imagen es algo que se da por conocido y, sin embargo, apenas se le brinda tiempo en nuestra actividad como profesores. Nos dedicamos a aclarar a nuestros alumnos el significado de términos, de frases, de conceptos, pero apenas dedicamos tiempo a jugar con imágenes, a interpretarlas, reinterpretarlas y alcanzar la riqueza de su significado polisémico (Bartolomé, 2002: 25).

En este sentido, el educador representa un papel importante en la preparación de los miembros de la sociedad para la interpretación de los mensajes que son difundidos a través de los medios de comunicación. Está en sus manos la responsabilidad de consolidar el conocimiento vinculado al lenguaje audiovisual y la estimulación a desarrollar una autonomía crítica frente a los contenidos difundidos. Al respecto, es importante destacar que “la enseñanza y el aprendizaje se deben convertir en un proceso continuo de traducción de lenguajes, códigos y canales, del visual al verbal, del audiovisual al escrito, y viceversa. La comunicación se enriquece, los conocimientos se consolidan, la información que se adquiere fuera del aula se integra en la que es trabajada dentro” (Bartolomé, 2002: 25).

La escuela y la universidad deben caracterizarse por promover una postura activa, entretenida y participativa frente al entorno en el cual se desenvuelven los estudiantes que forman parte de estas instituciones. Estas características no son ideas nuevas, sin embargo, siempre son consideradas para identificar la labor a la cual debe estar orientado el hecho educativo. El educador y los estudiantes nunca dejan de ser usuarios y usuarios de los prestadores de servicios de televisión porque los medios de comunicación son un eje transversal en el proceso de socialización. Es allí, donde el rol del educador es de relevancia para rescatar de la educación no formal elementos que permitan orientar y educar la mirada que cómo sociedad debemos poseer de los sonidos e imágenes que presenta el medio.

En este contexto, la escuela y el educador tienen la necesidad de una permanente actualización en las estrategias educativas y la necesidad de diseñar y utilizar nuevos modos de organizar y acceder a la información (Bartolomé, 2002:16).

Es por ello, que el docente debe dejar de ser un simple transmisor de contenidos académicos, para convertirse en un motivador del proceso de la educación para los medios. Como expresa San Martín (1986:88), el docente debe convertirse en una de las “piezas claves para dar forma al currículo y por tanto, de la integración de la televisión de forma integral en las aulas, ya que será a través del diseño curricular como el profesor concretará operativamente el ordenamiento metodológico de su actuación didáctica”. Para ello, es necesario que el docente sea preparado en conocimientos, destrezas y actitudes sobre la televisión para formar a facilitadores en aspectos reflexivos y críticos del entorno mediático para generar vertientes creativas e innovadoras en los procesos de aprendizaje y enseñanza, constructivo y significativos, como eje transversal.

Por su parte, el papel del profesional de la comunicación está directamente relacionado con la política editorial que define a la empresa televisiva, así como los contenidos que son producidos y difundidos a través de este medio. La figura del

comunicador social juega un papel fundamental en las fases de la preproducción, producción y postproducción televisiva que se orientan a concretar el producto audiovisual. El comunicador aporta ideas creativas, dirige las producciones y forma parte de la imagen de las plantas televisivas.

El comunicador social es un profesional que se encuentra alfabetizado sobre el lenguaje y la imagen televisiva, por tanto muchos de ellos son los productores del contenido programático de los canales de televisión, gerencian y evalúan alternativas comunicacionales y realizan estudios de opinión pública para conocer las preferencias de las audiencias, entre otras actividades. En este sentido, este profesional puede contribuir a la educación para los medios al:

- Incentivar una lectura crítica como receptor y productor del medio televisivo.
- Apoyar el diseño de materiales didácticos dirigidos a la educación para los medios.
- Valorar la responsabilidad educativa que posee el ejercicio de esta profesión en el área televisiva.
- Promover una autonomía crítica sobre las producciones que transmite la televisión nacional, regional, por suscripción y comunitaria.
- Reforzar los conocimientos sobre la teoría crítica de los medios.
- Actualizar prácticas comunicacionales y didácticas sobre la lectura crítica del medio televisivo.

La formación de educadores y comunicadores sociales en la UCV

Los medios de comunicación, en especial el televisivo, a través de las nuevas tecnologías y el lenguaje audiovisual multiplican cada vez más sus accesos en la sociedad y se involucran en el ejercicio docente y comunicacional. Esta realidad es inquietante por el contenido de los mensajes transmitidos, sus planteamientos y

representaciones de la realidad, debido al expansivo protagonismo que la televisión ocupa en variados grupos sociales y niveles culturales. Este consumo televisivo se ha convertido en parte de la cotidianidad, transformándolo en un proceso cercano, natural, diario y constante, así como lejano a reflexionar sobre sus variados contenidos.

La televisión, a través de sus discursos específicos y códigos lingüísticos, contribuye en las formas de ver la vida y en diseñar el entramado social, cultural, político y económico en el cual nos desenvolvemos. Por ello, es vital el diseño de mecanismos para entender, comprender y disfrutar del visionado de la televisión con el propósito de ejercer un consumo inteligente de sus contenidos. De esta forma, el acercamiento a este medio, que también funge como puente para otros consumos, pone en evidencia la necesidad de procesos de formación en las audiencias para que sepan comprenderlo, elaborar lecturas críticas y analíticas, así como desarrollar aspectos creativos con el medio.

En la educación para la televisión deben estar involucrados los diferentes grupos que conforman a la sociedad, entre ellos se identifica al estado, la familia, las audiencias, los medios, educadores, comunicadores, las instituciones académicas, entre otros. Para efectos de esta investigación se investigó en la formación de los profesionales de la comunicación y la educación, como elementos claves en la dinámica del medio televisivo y en la formación de la audiencia en las escuelas, considerando el aprendizaje en sus áreas formales y no formales.

Las diferentes concepciones de la educación y la comunicación han marcado en cada momento histórico las pautas para el ejercicio de estas profesiones, las cuales se ven inmersas en los procesos de socialización, globalización, avances científicos, sistemas políticos, económicos y culturales, así como la difusión masiva de la información. Estos aspectos exigen una constante revisión y actualización, haciendo énfasis en la educación del ser social para la conformación de una nueva sociedad, centro del quehacer educativo.

En este sentido, en la actual Constitución de la República Bolivariana de Venezuela se considera a la educación como un derecho humano y un deber social, donde existe la corresponsabilidad estado, familia y sociedad para lograr una participación activa y patagónica de cada uno de estos actores en el hecho educativo integral y de calidad, según lo establecido en el artículo 102 y 103 de este instrumento legal. Es así, como la formación de los comunicadores sociales y educadores en el país es realizada en diferentes universidades que contemplan a estas profesiones dentro de su oferta académica. Cada Universidad posee su propio plan de estudios, a través de los cuales se responde a brindar los conocimientos, herramientas y destrezas para el óptimo ejercicio de estas profesiones en la sociedad.

La formación de estos futuros profesionales partió de la concepción de que estas carreras son orientadas a través de planes o programas de estudio:

El plan de estudio se refiere a la organización y distribución del contenido en áreas, asignaturas u otros; su agrupación en el tiempo en grados, ciclos o semestres y los requisitos de un nivel del sistema escolar o de una carrera o especialidad de un nivel. Los programas son más específicos y están relacionados con una asignatura, materia o área del conocimiento en particular (Rodríguez, 1988: 23).

Los fundamentos del currículo están diseñados al cumplimiento de los objetivos de la formación profesional, los cuales responden a respaldar el desarrollo económico, político, social y cultural del país, a través de la formación de profesionales integrales y especializados. Por ello, “(...) Los programas representan la planificación del aprendizaje y su función básica viene dada por los objetivos generales de la educación hacia cuyo logro están orientados” (Rodríguez, 1988: 32).

Una vez definidos los objetivos generales y específicos de formación, los programas contemplan los contenidos, las estrategias de enseñanza o las actividades metodológicas, así como los recursos y fuentes de información necesarias para el

cumplimiento de los propósitos planteados. Estos objetivos son considerados como las finalidades que indican rumbos de la acción educativa, las cuales especifican en términos concretos las metas particulares e inmediatas, de alcance directo (Rodríguez 1988:91).

Desde la concepción práctica, estos objetivos de los programas poseen cuatro criterios específicos: a) Claridad en el pensamiento; b) Aspecto del comportamiento al cual se refiere: cognoscitivo, afectivo, psicomotor; c) Tipo de comportamiento que se espera del alumno en relación a cada uno de los aspectos anteriores; d) Volumen o cantidad en relación al tiempo (Rodríguez, 1988:91).

Por su parte, la selección de los contenidos de los programas “dependerá de la fundamentación filosófica, psicológica y sociológica del currículo y, en consecuencia se derivará de los objetivos generales de la educación en una formación social determinada”. De esta forma, los contenidos son transmitidos a través de variadas estrategias, cuyos propósitos se concentran en enfatizar los procesos de aprendizaje (Rodríguez, 1988:95).

La Escuela de Educación de la UCV

La Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela fue fundada en 1953 y sus primeros pasos estuvieron orientados a la formación de docentes de apoyo. Es por ello, que durante el período de 1956 a 1969, la Escuela formó a licenciados en educación generalista y es sólo hasta el año 69 que se iniciaron las menciones de planificación, administración, tecnología y orientación educativa.

En la Reforma curricular de la Escuela de Educación del año 1996, se sostiene que para 1979 la Escuela a través del Convenio Cooperativo de Formación Docente con la Facultad de Ciencias de la UCV inició la formación de licenciados en educación para el ejercicio de la docencia directa en las áreas de biología, matemática, química y física. De esta forma, actualmente, la escuela cumple con la formación de docentes de

apoyo con modalidades presenciales y estudios supervisados y con la última formación de docentes directos mencionada. Estas modalidades de formación cuentan con diferencias en las menciones cursadas, lo cual se refleja en los contenidos brindados a través de las asignaturas.

De esta forma, se resume que la Escuela de Educación actualmente forma a licenciados en educación a través de tres modalidades:

- Estudios Anuales, donde se brindan las menciones de: Preescolar y 1 era Etapa de Educación Básica; Desarrollo de los Recursos Humanos; Diseño y Gestión de Proyectos Educativos. Estas menciones están distribuidas en los siguientes componentes: Formación general, formación pedagógica, prácticas profesionales y formación especializada.
- Estudios Universitarios Supervisados (EUS), donde no se brindan menciones y los participantes deben cursar 10 semestres de estudio.
- Convenio Cooperativo de Formación Docente, el cual cuenta con diferentes menciones, contenidos, tipos de asignaturas y formación pedagógica a partir de las profesiones iniciales de los participantes.

En relación a la estructura del plan de estudios anual, el componente de formación general contempla un conjunto de experiencias y aprendizajes orientados a brindar a los estudiantes conocimientos considerados como indispensables para la formación integral como docentes. El componente de formación pedagógica está constituido por el conjunto de conocimientos y actividades básicas orientadas a instruir en aspectos teóricos-científicos y tecnológicos en aspectos pedagógicos críticos reflexivos para la transformación del hombre y de la sociedad. Por su parte, el componente de prácticas profesionales tiene como propósito estimular la aplicación de los conceptos, teorías y técnicas adquiridos en los demás componentes. Para concluir, el componente de formación especializada está diseñado para que los futuros profesionales puedan cursar asignaturas en las diferentes especialidades que brinda la Escuela (Plan de Estudios, 1996: 22 al 34).

Este diseño curricular fue realizado bajo los lineamientos establecidos en la Ley Orgánica de Educación promulgada en 1980 y la Resolución N° 12 de 1983. En esta resolución se destaca que el docente deberá desempeñarse en diferentes roles, los cuales se enumeran a continuación: facilitador del aprendizaje, investigador, orientador, planificador, administrador y evaluador. De esta manera, los principios del currículum están orientados a la transformación, democratización, formación científica, vinculación teórica-práctica, criticidad, identidad pedagógica y autoformación.

Según el plan de estudios de la Escuela del año 1996, sus objetivos generales son los siguientes (1996:20):

- Formar profesionales que intervengan en el mejoramiento de la calidad de la educación nacional, a través de procesos de intervención e investigación en los diferentes contextos educativos.
- Formar profesionales de la docencia capaces de desempeñarse en los diferentes niveles y modalidades del sistema educativo y escolar.
- Formar profesionales críticos y reflexivos para responder a las necesidades de cambio y transformación derivadas del contexto socio-histórico.

El perfil genérico del egresado de este plan de estudio se basa en los roles contemplados en la resolución N° 12, por esta razón el licenciado en educación estará en capacidad de (1996:21):

- Influir en la dirección, orientación y realización de prácticas educativas vinculadas a proyectos de transformación de las estructuras sociales vigentes.
- Organizar la acción pedagógica en todas sus fases, fundamentándola teóricamente y considerando globalmente la realidad en la cual está inmersa.
- Diseñar y desarrollar procesos sistemáticos de investigación educativa y educacional.
- Aplicar críticamente las concepciones teóricas para diagnosticar, diseñar, ejecutar y evaluar proyectos y programas educacionales.

La Escuela de Educación en el periodo 2012-2015, cuyo corte de información fue realizado en mayo de 2015 por Control de Estudios, contempla la siguiente matrícula:

Anual	Inscritos	EUS	Inscritos	Componente Docente	Inscritos
2012	683	2012-1	2.272	2012-1	340
2013	755	2013-1	1.818	2012-2	331
2014	642	2013-2	1.730	2013-1	266
2015	Inscripciones Octubre	2014-1	1.707	2013-2	270
		2015-1	1.121	2014-1	223
				2014-2	213
				2015-1	188
Total	2.080	Total	8.648	Total	1.831

La Escuela de Comunicación Social de la UCV

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, denominada inicialmente Escuela Nacional de Periodismo, fue creada en octubre de 1946 y fue adscrita al Rectorado de la UCV el 17 de junio de 1947. La primera promoción de egresados de esta escuela estuvo conformada por profesionales que ya laboraban en los medios de comunicación del país.

Para el año 1958 fue reorganizada a través de un pensum de estudios, el cual contemplaba cuatro años de duración de la carrera con las siguientes menciones: periodismo, información audiovisual, publicidad, relaciones públicas y comunicología. Es a partir del 3 de febrero de 1970 que fue transformada como Escuela de Comunicación Social (Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social, 1987:24).

Para el año 1986 se realizan cambios en el programa de estudios para formar a un profesional integral en el campo de la comunicación social, suprimiendo las menciones indicadas anteriormente. El actual pensum de estudios fue aprobado en Consejo de Escuela los días 2, 14 y 28 de junio de 1986. Este documento fue el resultado de innumerables discusiones desde el 26 de noviembre de 1984 cuando se instaló la Comisión de Diseño Curricular. El informe definitivo del plan de estudios fue enviado a Consejo de Facultad, el cual aprobó el pensum el 24 de febrero de 1987 (Materiales para la historia de la escuela de Comunicación Social, 1987:125).

Con este programa de estudio vigente, la carrera cuenta con una duración de cinco años, a través de diez semestres, sin especializaciones, sólo con un plan variable en los últimos tres semestres, donde el estudiante puede seleccionar las asignaturas. Según este pensum el egresado de la Escuela de Comunicación Social debe ser un profesional comprometido con los valores de la democracia, la defensa y promoción de los derechos humanos, en especial los relativos a la libertad de información y expresión, la defensa de la identidad y la soberanía nacional. Por esta razón, será un profesional provisto de una formación sólida en áreas culturales y técnicas de carácter integral que le permitirán intervenir y apoyar los procesos de desarrollo político, social, cultural y comunicacional del país. De esta forma, estará capacitado en el uso del idioma y la comprensión lógica del funcionamiento de los medios de comunicación social (Pensum de estudio, 1987:1).

El plan de estudios está distribuido en un ciclo común de siete semestres y un plan variable de estudios de tres semestres, más el requisito del trabajo de grado. La estructura departamental de la Escuela a partir del actual plan de estudio quedó conformada de la siguiente manera: Departamento de lengua y literatura; departamento audiovisual, departamento de ciencias políticas y sociales, departamento de métodos, departamentos de periodismo, departamento de comunicación visual, departamento de ciencias de la comunicación y departamento de publicidad y relaciones públicas.

El departamento de ciencias de la comunicación está concebido como un punto de convergencia en la formación profesional de los estudiantes. Las asignaturas que integran a este departamento suministran a los alumnos fundamentos teóricos sobre los procesos de la comunicación. Los objetivos del departamento son los siguientes: Suministrar información sobre las diferentes áreas y enfoques que constituyen las teorías de la comunicación, motivar al estudio de los aspectos epistemológicos e ideológicos que subyacen en las diferentes teorías de la comunicación, estimular el pensamiento crítico contextualizado con respecto a estas teorías y contribuir a sentar las bases para la vinculación entre la teoría, la praxis y la realidad comunicacional del país. Este departamento está conformado por dos cátedras: teorías de la comunicación y praxis de la comunicación (Pensum de estudios, 1987).

El departamento de comunicación visual posee como objetivo fundamental formar a los futuros profesionales de la comunicación social en las teorías, modelos y técnicas para la investigación, el diseño y la planificación de la imagen y su comunicación a través de cualquier medio: impreso, visual y audiovisual. El departamento está estructurado en dos cátedras principales: Teoría y diseño de la comunicación visual, y comunicación y diseño gráfico (Pensum, 1987:135).

El Departamento Audiovisual tiene como objetivo general brindar a los estudiantes los conocimientos necesarios para desarrollarse profesionalmente en los medios de difusión o comunicación audiovisual (Pensum, 1987:129). Por su parte, el departamento de Publicidad y Relaciones Públicas está conformado por dos cátedras: Relaciones Públicas y Publicidad. Los objetivos generales del departamento están dirigidos a fomentar en los estudiantes la conciencia del papel que juega la comunicación social en el mercado, la capacidad técnica de manejar los recursos de la comunicación, el diseño y la producción del mensaje publicitario (Pensum, 1987:130).

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

CAPÍTULO III:

Marco Metodológico

Marco Metodológico

Con el propósito de cumplir los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación se recurrió al diseño de una investigación de campo con niveles explicativos.

Tipo de Investigación

Investigación de campo

a) Fase documental

La investigación documental se empleó para describir y analizar los fundamentos teóricos metodológicos de la educación para los medios, en especial el televisivo. Esta descripción y análisis se llevó a cabo a través de la selección de los postulados teóricos desarrollados por Mario Kaplún, Joan Ferrés, José Martínez de Toda, Guillermo Orozco, Len Masterman y Gustavo Hernández. Los resultados de este análisis teórico conforman el Capítulo II del presente trabajo.

En segundo lugar, se recurrió a la investigación documental para identificar aspectos vinculados sobre la educomunicación televisiva en la formación universitaria para educadores y comunicadores en el país, tomando como centro de estudio los componentes de los programas de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, para reconocer aspectos vinculados a las diferentes dimensiones de la educación para los medios en el campo televisivo. Los resultados de este estudio no representan un análisis del diseño curricular actual de las Escuelas antes mencionadas.

En este sentido, para la selección de la muestra de los programas de estudios de las Escuelas antes mencionadas, se realizó una revisión de todos los objetivos de los

diferentes departamentos, cátedras y componentes del pensum de estudios, para identificar sólo aquellos que están vinculados con el área audiovisual y las ciencias de la comunicación, contenidos relacionados al tema investigado en el presente trabajo. La muestra de estudio fue recopilada desde febrero hasta agosto de 2012. A continuación de enumeran los programas que conformaron la muestra:

a) Escuela de Comunicación Social:

- *Departamento de Ciencias de la Comunicación.* Las asignaturas dictadas son las siguientes: Psicología de la Comunicación (Apéndice N° 2), Teoría de la Comunicación (Apéndice N° 3), Sociopolítica de la Comunicación (Apéndice N° 4), Teoría de la Opinión Pública I (Apéndice N° 5), Filosofía de la Comunicación (Apéndice N° 6), Historia de la Comunicación (Apéndice N° 11), Ética y Legislación de Medios de Comunicación (Apéndice N° 12), Seminarios y/o materia optativas: Psicología y Cine (Apéndice N° 7), Comunicación Liderazgo (Apéndice N° 8), Comunicación para Mejorar la Calidad de Vida (Apéndice N° 9), Diferencia vs. Consenso en la Programática Comunicativa (Apéndice N° 10), Comunicación y Desarrollo (Apéndice N° 13), Comunicación y Drogas (Apéndice N° 14).

-*Departamento de Comunicación Visual.* El departamento está estructurado en dos cátedras principales: Teoría y diseño de la comunicación visual y Comunicación y Diseño Gráfico. Entre las asignaturas dictadas en el departamento se encuentran: Lenguaje Visual y Comunicación (Apéndice N° 15), Producción de Proyectos Visuales (Apéndice N° 16), Investigación de los Problemas de la Comunicación (Apéndice N° 17), Artes Gráficas y Comunicación (Apéndice N° 20), Diagramación Especializada (Apéndice N° 19), Gerencia de Producción Editorial (Apéndice N° 27) y materias optativas: Edición de Diarios (Apéndice N° 21), Edición de Revistas (Apéndice N° 22), Tipografía y Color (Apéndice N° 23), Infografía (Apéndice N° 24), Identidad e Imagen Urbana (Apéndice N° 25), Estética y Comunicación (Apéndice N° 26).

-Departamento de Audiovisuales. Las cátedras que conforman al departamento son las siguientes: Fotografía, Cine, Radio y Televisión, y las asignaturas: Fotografía I (Apéndice N° 28) y Fotografía II (Apéndice N° 29); Radio I (Apéndice N° 30), Radio II (Apéndice N° 31) y Radio III (Apéndice N° 32); Cine I (Apéndice N° 33), Cine II (Apéndice N° 34) y Cine III (Apéndice N° 35), Televisión I (Apéndice N° 36) y Televisión II (Apéndice N° 37) y Taller de Televisión (Apéndice N° 38).

- Departamento de Publicidad y Relaciones Públicas. Entre las asignaturas que conforman al departamento se encuentran: Publicidad (Apéndice N° 39), Lenguaje Publicitario (Apéndice N° 40), Visualización y Redacción Publicitaria (Apéndice N° 41), Análisis Crítico de la Publicidad (Apéndice N° 42), Mercadotecnia (Apéndice N° 43), Investigación de Mercado (Apéndice N° 44), Creatividad y Comunicaciones Integradas de Mercadotecnia (Apéndice N° 45), Relaciones Públicas I (Apéndice N° 46), Relaciones Públicas II (Apéndice N° 47), Gerencia (Apéndice N° 48), Diseño de Organización (Apéndice N° 49), Campaña Publicitaria y Estrategia de Medios (Apéndice N° 50), Comunicación Organizacional y el Internet (Apéndice N° 51).

b) Escuela de Educación:

- Componente de Formación General. Las asignaturas estudiadas en este componente fueron las siguientes: Lenguaje, Pensamiento y Comunicación (Apéndice N° 52), Informática y Educación (Apéndice N° 53).

-Componente de Formación Pedagógica. Las materias que integran este componente son los siguientes: Psicología Educativa (Apéndice N° 54), Sociología de la Educación (Apéndice N° 55), Historias de las Ideas Pedagógicas en Venezuela (Apéndice N° 56), Teoría Pedagógicas Contemporáneas (Apéndice N° 57).

-Componente de Formación Especializada. Entre las asignaturas que forman parte de este componentes se encuentran:

- Mención Educación Preescolar y 1era Etapa de Educación Básica: Artes Plásticas (Apéndice N° 58), Expresión Verbal y Literaria (Apéndice N° 59), Expresión Psicomotriz y Musical (Apéndice N° 60).
 - Mención Desarrollo de Recursos Humanos: Comunicación Organizacional (Apéndice N° 61), Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales (Apéndice N° 62), Sistemas de Información (Apéndice N° 63).
 - Mención Diseño y Gestión de Proyectos Educativos: Sistemas de Información (Apéndice N° 63).
- *Estudios Universitarios Supervisados*: Introducción a las Ciencias Sociales (Apéndice N° 64), Técnicas de Documentación e Información (Apéndice N° 65), Psicopedagogía (Apéndice N° 66), Relaciones Interpersonales (Apéndice N° 67).

De esta manera, se procedió al diseño de un instrumento (Apéndice N°1) que permitió la revisión desde el punto de vista educomunicativo de los objetivos, contenidos, estrategias de enseñanza o actividades, así como los recursos para el aprendizaje presentes en cada uno de los programas y fuentes sugeridas. El diseño del instrumento fue elaborado considerando las dimensiones de la educación para los medios recopiladas por José Martínez de Toda, que agrupa un compendio de los diferentes enfoques teóricos vinculados con la educomunicación. El instrumento fue revisado por un especialista antes de su aplicación. Los resultados de esta revisión se exponen en el Capítulo IV sobre la educomunicación televisiva en la formación de educadores y comunicadores en la Universidad Central de Venezuela.

b) Fase de campo

Se empleó esta fase para elaborar una aproximación sobre el nivel de información que poseen los estudiantes de las Escuelas de Educación y Comunicación

Social de la Universidad Central de Venezuela sobre la educación para los medios en los mensajes televisivos impartidos en los programas de estas carreras, con el propósito de identificar desde los futuros profesionales aspectos relacionados con la educomunicación que son impartidos a través de los programas de *estudio*.

Esta fase permitió conocer una realidad poco estudiada, en este caso el conocimiento sobre la educomunicación frente a los mensajes televisivos, impartida a través de los programas de las carreras, pero desde la perspectiva de los estudiantes de las casas de estudios mencionadas anteriormente, con el propósito de identificar conocimientos y necesidades en los futuros profesionales en esta disciplina para diseñar una propuesta teórica metodológica acorde a su contexto y relacionada con los fundamentos de la educación para los medios.

c) Técnicas e instrumentos

En esta fase se procedió a elaborar dos entrevistas grupales o *focus group* diseñadas bajo la propuesta metodológica del método comprensivo de Joan Ferrés (1994) a través de la formulación de preguntas, con la intención de tener un mayor acercamiento informativo sobre los conocimientos de los estudiantes en el área de estudio.

El instrumento utilizado fue una entrevista semiestructurada, la primera para los estudiantes de educación (Apéndice N° 2) y el segundo para los de comunicación social (Apéndice N° 3), las cuales cumplieron los siguientes propósitos:

- Conocer el nivel de información que poseen los estudiantes de las escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela sobre aspectos de la educomunicación a partir de los contenidos impartidos en los programas de la carrera.

- Appreciar si los estudiantes de ambas Escuelas están al tanto de las labores que desempeñan en el medio televisivo, así como los efectos que producen en la sociedad.
- Identificar el grado de interés que despierta en los estudiantes de las escuelas de Educación y Comunicación Social (UCV) el tema de la educomunicación de los mensajes transmitidos en la televisión.

Para ello, se realizó una prueba piloto el pasado 11 de diciembre de 2013, la cual permitió corregir detalles en la formulación de las preguntas que fueron revisadas por el especialista. Los estudiantes invitados a participar en las entrevistas grupales fueron aquellos que cursaban los últimos tres semestres de las carreras de formación, con el propósito de garantizar que los entrevistados ya contarán con la mayor formación académica de sus programas de estudios. La duración de los focus fue de 40 min cada uno. Los dos grupos focales definitivos fueron efectuados en las siguientes fechas: Escuela de Educación el 23 de julio de 2014 (Apéndice N° 4 Transcripción Focus Group 1) y Escuela de Comunicación Social el 31 de julio de 2014 (Apéndice N° 5 Transcripción Focus Group 2).

Seguidamente, en el marco de esta investigación se realizaron una serie de 6 entrevistas semiestructuradas a especialistas durante el periodo de mayo de 2015- junio 2016, con el propósito de identificar aspectos teóricos y prácticos a ser considerados en el diseño de la propuesta del presente trabajo de investigación en el campo de la educomunicación televisiva, para la formación de futuros educadores y comunicadores de esta disciplina en el país. En este sentido, la planificación de las entrevistas contempló tres visiones, las cuales se enumeran a continuación:

- *Visión internacional:* En esta fase se elaboraron dos entrevistas a educomunicadores internacionales con el objetivo de conocer la visión que actualmente se está desarrollando en sus países en los aspectos de la

educomunicación televisiva y que pueden ser consideradas para la formación de los futuros educadores y comunicadores en nuestro país. Para ello, se entrevistaron a los especialistas en Educomunicación de México: Guillermo Orozco (Apéndice N° 77) y Darwin Franco (Apéndice N° 78).

- *Visión nacional:* En esta fase se elaboraron dos entrevistas a comunicadores sociales que poseen conocimientos sobre la disciplina de la educomunicación, la comunicación social y la producción para televisión. Los especialistas entrevistados fueron los siguientes: Bernardino Herrera (Apéndice N° 79) y William Bracamonte (Apéndice N° 80).
- *Visión Educativa:* Se elaboraron en esta fase dos entrevistas a especialistas en el área de currículo y el diseño de estrategias pedagógicas con el objetivo de obtener insumos para el diseño de la propuesta teórica metodológica en educomunicación televisiva del presente trabajo. Las especialistas entrevistadas fueron las siguientes: Marina Polo, coordinadora de la Maestría en Educación, mención Tecnologías de la Información y la Comunicación (Apéndice N° 81) y Ruth Díaz Bello, educadora Coordinadora de la Comisión de Currículo de la UCV (Apéndice N° 82).

Los resultados de las entrevistas formaron parte del insumo necesario para el diseño de estrategias pedagógicas relacionadas al lenguaje audiovisual de la televisión y el aprendizaje constructivistas y significativo de la educación para los medios, dirigidas a estimular las diferentes dimensiones de esta disciplina en los futuros educadores y comunicadores sociales del país.

Seguidamente, se procedió a la elaboración del piloto de la propuesta teórica metodológica dirigida a la formación de estudiantes de la escuela de educación y comunicación social de la Universidad Central de Venezuela, la cual contó con las recomendaciones realizadas por los especialistas. A la versión de la propuesta que está

impresa a este documento también se le incorporaron las recomendaciones realizadas por el jurado de la tesis de grado.

CAPITULO IV

**Análisis de aspectos vinculados sobre educomunicación
televisiva en las Escuelas de Educación y Comunicación
Social de la UCV**

CAPITULO IV

Análisis de aspectos vinculados sobre educomunicación televisiva en las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la UCV

Educomunicación en el plan de estudios de la Escuela de Educación

La dinámica mediática y tecnológica se manifiesta cada vez más en los procesos del entramado social, donde los ciudadanos requieren de orientaciones y mecanismos para entenderlos y reflexionar sobre ellos. En esta ardua tarea, la educación representa un eje transversal en la orientación del consumo de los contenidos de la televisión, como un fenómeno cultural y elemento de la cotidianidad.

De esta manera, la primera fase del trabajo de investigación se concentró en los estudios de los componentes de los programas de formación (objetivos, contenidos, estrategias metodológicas, evaluaciones, fuentes recomendadas) de la Escuela de Educación, con el objetivo de identificar aspectos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios. Es de destacar, que la revisión de los programas de la escuela de educación de la UCV no representa un análisis del diseño curricular. El propósito del estudio estuvo orientado a reconocer los aspectos vinculados a las seis dimensiones de la educación para los medios considerados por José Martínez de Toda, que ejemplifican de forma integral la pedagogía de los medios, las cuales giran en torno a los sujetos como audiencia:

- Sujeto alfabetizado: Considera aspectos generales sobre conocimientos instrumentales del lenguaje de los medios.
- Sujeto consciente: Contempla el estudio de aspectos vinculados a la teoría de la comunicación, tales como: psicología social de las audiencias, modelos de comunicación, políticas públicas de comunicación masiva, deontología, recepción e intereses comerciales de los medios.
- Sujeto social: Considera el estudio de las diferentes interacciones que establecen las audiencias con los medios en los variados niveles, tales como familiares, escolares, cognitivas o situacionales.

- Sujeto crítico: Comprende el estudio de los siguientes aspectos de la semiótica audiovisual, tales como: la ideología, hegemonía, alienación y mito.
- Sujeto creativo: Sugiere que la audiencia debe poseer nociones básicas sobre la producción de los medios masivos para poder realizar el diseño de contenidos en los mismos.
- Sujeto activo: Contempla una visión más integral del sujeto, el cual ya posee conocimientos de las anteriores dimensiones y puede realizar deconstrucciones o reconstrucciones del significado de los medios.

Estos sujetos representan en esencia un resumen de los propósitos máximos en la aspiración de la formación de la educación para los medios, donde se persigue estudiantes cada vez más activos y creativos con su entorno, conscientes de su actuación y con un desarrollo frente a los medios de un ser social, ético y hasta moral.

Al consultar los programas enumerados anteriormente de esta Escuela se identifican algunos aspectos vinculados a estimular en los futuros profesionales el binomio de la educación y la comunicación. Es por ello, que se forma a los educadores en el proceso de la comunicación en general, ofreciendo los diferentes modelos de la comunicación que se pueden generar en el espacio educativo. En el programa de *Lenguaje, Pensamiento y Comunicación* (Apéndice N° 52) se identifica en el objetivo general que el propósito de la asignatura es estudiar con sus participantes la comunicación como elemento y factor de la actividad social de los seres humanos, haciendo especialmente énfasis en el campo educativo, a partir de reflexiones y análisis del lenguaje y del pensamiento en sus contenidos, estructuras, procesos y funciones, con la intención de estimular en los futuros educadores las competencias comunicativas.

Este espacio académico es teórico práctico, en el cual se persigue como objetivos terminales que el futuro docente desarrolle competencias comunicativas como emisor y receptor en contextos de ejercicio profesional. Donde los principios generales relacionados al hecho de la comunicación humana y los procesos concomitantes como

el lenguaje y el pensamiento son analizados. En atención a lo expuesto, se persigue que se apliquen los conocimientos y habilidades adquiridas en las fases instrumental y teórica en el ámbito educativo.

En los objetivos terminales de este programa se evidencia que se estudia el hecho comunicativo como herramienta del proceso educativo, sin ser el contenido difundido en la realidad mediática el objeto del proceso dialógico. De esta forma, en los objetivos específicos intervienen aspectos relacionados a los procesos de lectura, estudio de textos, la comunicación como objeto de estudio incluyendo sus funciones y propósitos, así como analizar el carácter social y comunicativo del lenguaje como expresión del pensamiento y sus implicaciones en contextos educativos.

Los contenidos del programa *Pensamiento, Lenguaje y Comunicación* están diseñados para ser ejecutados en tres unidades: El proceso de la lectura; la comunicación humana y la comunicación en la educación. En cada uno de sus enunciados se evidencia que se estudia el binomio educación y comunicación vinculada hacia las disciplinas de la comunicación educativa, didáctica comunicacional o pedagogía comunicacional, pero para desempeñar la práctica de enseñanza o el desenvolvimiento de los estudiantes frente a los contenidos que difunden los medios de comunicación no se identifican contenidos.

Las estrategias metodológicas para brindar los contenidos del programa se caracterizan por ser teóricas y prácticas, donde se estimula una permanente constatación con situaciones reales que permitan la comprensión y aplicación de las competencias comunicacionales aprendidas, a través de la ejercitación de la lengua oral y escrita. Por su parte, en el campo de la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje se contemplan aspectos continuos y acumulativos a través de actividades formativas que permitan detectar el grado de avance de los estudiantes en cuanto al desarrollo de sus habilidades para comunicarse en los procesos grupales de estudio, así como en la práctica educativa.

Por otro lado, las fuentes recomendadas son complementarias a los contenidos planteados, identificándose temáticas como: la comunicación en los grupos; psicolingüística y desarrollo del español; teoría social de la persuasión; entrenamiento en estrategias de la comprensión lectora; teorías de la comunicación humana; enseñanza y comunicación; interacción humana en educación, psicología social, relaciones interpersonales en la educación, entre otros.

En conclusión, en el programa *Pensamiento, Lenguaje y Comunicación* se identifican aspectos que estimulan la primera dimensión de José Martínez de Toda, al alfabetizar a los participantes en las primeras teorías de la comunicación humana, así como tocar la temática de los medios de comunicación en la educación formal. A pesar que no se desarrollan contenidos vinculados directamente con el medio televisivo se estimulan en los futuros profesionales de la educación conocimientos y destrezas relacionadas con la comunicación educativa, donde se reconoce que la base de la educación es la comunicación. Rosales (2003:138), sostiene que la comunicación educativa se puede considerar como el intercambio de mensajes significativos entre el profesor y el alumno, el cual parte del profesor obteniendo una respuesta comunicativa por parte de los alumnos con el propósito de contribuir con los objetivos del proceso didáctico. Para Hernández (2006:35), la comunicación educativa no puede ser considerada como educomunicación en virtud que no siempre toda comunicación es educativa.

A continuación, una tabla resumen sobre los contenidos de los programas de pensamiento, lenguaje y comunicación e informática y educación en los cuales se identifican contenidos que pueden ser direccionados hacia la educación para los medios.

Tabla N° 1. Componente de formación general

	Sujeto alfabetizado	Sujeto consciente	Sujeto activo	Sujeto social	Sujeto crítico	Sujeto creativo
Pensamiento, lenguaje y comunicación	<p style="text-align: center;">Sujeto alfabetizado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos: desarrollar competencias comunicativas a nivel receptivo y productivo para aplicarlos a la fase instrumental y teórica en el ámbito educativo. • Contenidos: el proceso de la lectura, la comunicación humana y la comunicación en la educación. • Aspectos metodológicos: teórico-prácticas, donde se evidencia una permanente constatación con situaciones reales que permitan la comprensión y aplicación inmediata de los contenidos. • Fuentes recomendadas: textos sobre la comunicación en los grupos, teoría social de la persuasión, teoría de la comunicación humana, pedagogía del oprimido, ciencias del lenguaje, elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación, comunicación y cultura, psicología social, el lenguaje en la interacción didáctica, enseñanza y comunicación. 					
Informática y educación	<p style="text-align: center;">Sujeto alfabetizado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos: promover el uso de la informática y las telecomunicaciones como un medio cultural y de enseñanza, a través de una formación cultural y crítica sobre el uso de las tecnologías de la comunicación y la información. • Contenidos: conceptos básicos de las TIC'S, opciones comunicacionales, tecnologías y educación, medios didácticos computarizados, las TIC'S en el contexto educativo venezolano, aplicaciones informáticas, globalización, • Aspectos metodológicos: clases magistrales, análisis sobre el desempeño de la educación y las TIC'S, trabajos prácticos sobre el papel de las tecnologías en los procesos educativos. • Fuentes recomendadas: Textos sobre educación y tecnologías de la educación, 					

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación (UCV)

La propuesta curricular para formar a licenciados en educación, también contempla a partir del tercer año de estudios y en el componente de formación general la asignatura de *Informática y Educación* (Apéndice N° 53). Este espacio académico tiene como propósito configurar competencias, conocimientos y actitudes que le permiten integrar las tecnologías de la información y la comunicación como una herramienta vinculada a la dinámica educativa y así generar innovaciones en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En los objetivos generales de esta asignatura se especifica que se pretende promover en los futuros educadores la formación de una conciencia cultural y crítica sobre la significación y uso de las tecnologías de la comunicación y la información, así como dilucidar el significado de la informática en la educación, brindándole atención a la informática y las telecomunicaciones como ejes de enseñanza. Partiendo de estos objetivos se delimita el significado del computador en el sistema escolar en cuatro dimensiones o áreas de análisis y observación, los cuales se resumen: “Como objeto cultural de enseñanza”; “como medio de enseñanza”; “como herramienta de formación profesional” y “como instrumento y objeto de investigación”.

Al revisar los contenidos del programa no se evidencian tópicos que estimulen una posición analítica frente a las tecnologías de la comunicación y la información (TIC'S). Esta afirmación se comprueba en las áreas temáticas del programa, las cuales están orientadas a los siguientes ítems: términos básicos de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC'S); las TIC'S impacto tecnológico; las TIC'S en la educación (medio de enseñanza y gestión de procesos educativos); las TIC'S en el contexto educativo venezolano y la investigación, educación y las TIC'S para la exploración y la innovación. Los contenidos enunciados no profundizan en generar espacios de discusión crítica sobre el mundo tecnológico y sus contenidos o influencias en el desarrollo sociocultural de los estudiantes. El enfoque de los contenidos está más orientado a la mediación tecnológica en la dinámica educativa, concentrándose en la informática, como un medio didáctico.

De esta forma, se capacita al futuro docente con una visión más técnica e instrumentalista del uso de las tecnologías de la comunicación, haciendo énfasis en el empleo del computador y el diseño de estrategias pedagógicas a través del internet. De acuerdo a estos contenidos, la estrategia metodológica de la asignatura contempla la investigación documental y activa, donde lo teórico y lo práctico representan insumos para la evaluación del curso.

Al contrastar los aspectos contemplados en este programa con las dimensiones consideradas por José Martínez de Toda se aproxima sólo al proceso de estimulación de la alfabetización tecnológica enfocada como instrumento para el cumplimiento de los objetivos pedagógicos. Sin embargo, no contempla contenidos vinculados al lenguaje audiovisual y su significado. Es de destacar, que se resalta sólo el uso del computador como tecnología en el ámbito educativo, como un recurso, en función de los propósitos pedagógicos (Marchisio, 2001).

El programa *Psicología Educativa* (Apéndice N° 54) forma parte del componente de formación pedagógica, considerado como uno de los ejes de formación central del docente en la Escuela de la UCV. Según Santrock (2006:4), la disciplina de

la psicología de la educación es un área especializada en estudiar la enseñanza y el aprendizaje en ambientes educativos. Por esta razón, los objetivos generales de esta asignatura están dirigidos a conocer diferentes modelos explicativos acerca del ser humano, desarrollados por la psicología; comprender el desarrollo y aprendizaje humano; estudiar procesos psicológicos básicos y su relación con el aprendizaje; analizar el papel de la educación en el desarrollo de las personas y reconocer la importancia del docente como promotor en la formación de valores, la construcción de ciudadanía y una cultura de paz.

Los contenidos de esta asignatura contemplan brindar una introducción a la psicología, donde se estudian tópicos sobre esta área del conocimiento, su desarrollo histórico y educativo. Los procesos psicológicos básicos también son desarrollados en esta materia, donde se explican los procesos sensoperceptivos y motivacionales, las emociones, la cognición y la memoria desde el enfoque del procesamiento de la información. Las dos últimas unidades comprenden los enfoques psicológicos del aprendizaje, así como la educación y desarrollo moral.

En las estrategias metodológicas de esta asignatura se combinan diferentes actividades, técnicas y recursos instruccionales para estimular el cumplimiento de los objetivos generales, tales como exposiciones docentes, discusiones grupales, lecturas comentadas, lecturas de textos, análisis de videos, observaciones en el aula y prácticas para la resolución de conflictos. En relación a las fuentes recomendadas se identifican tópicos como: historia y principios éticos, fundamentos de la psicología educativa, estrategias de aprendizaje significativo, teorías sobre el desarrollo humano, valores escolares, educación para la ciudadanía, la inteligencia emocional en el aula, principios de aprendizaje y conducta, psicología social, entre otros. En este programa se contempla una videoteca que respaldan documentales sobre las diferentes teorías psicológicas que se estudiarán durante su ejecución.

A pesar de que en este programa no se brindan contenidos vinculados al área televisiva se forma al futuro docentes en las disciplinas educativas que son utilizadas

por la educomunicación, tales como, el aprendizaje constructivista, significativo y por descubrimiento. Asimismo, se estudian los aspectos psicológicos que influyen en las mediaciones sociales que son considerados por José Martínez de Toda en el sujeto social en las seis dimensiones que ejemplifica.

En el programa *Sociología de la Educación* (Apéndice N° 55) se aborda el nivel microsocia y macrosocia de la escuela, considerando su desenvolvimiento interior y sus relaciones con el desarrollo socia al cual pertenece. En este sentido, el objetivo general de la asignatura está orientado a reconocer, analizar y diferenciar los campos teóricos fundamentales de la sociología de la educación. Entre los objetivos específicos se encuentran identificar, explicar y evaluar el empirismo y el discontinuismo materialista epistemológico de la sociología en general; describir y explicar las características más relevantes de la sociedad venezolana en términos de sus estructuras y relaciones sociales; reconocer y analizar la importancia de los agentes del sistema escolar como un medio para la comprensión del proceso socio antropológico de la educación escolar; examinar las desigualdades de los estudiantes en relación a la estratificación socia y otros factores.

A partir de estos objetivos, el programa se estructura en dos partes: Sociología general y sociología de la educación. En la primera parte, se contemplan las siguientes unidades: teorías sociológicas (estructural-funcional y marxista), capitalismo, subdesarrollo, dependencia y aproximación a una sociología de la sociedad venezolana actual.

La segunda parte está dirigida a abordar la socialización, los agentes del sistema escolar, el sistema educativo, la estructura socia y el estado, así como la sociología del sistema escolar venezolano. Es de destacar, que el tema de la socialización es abordado iniciando desde la relación individuo y sociedad a través de los enfoques sociológicos del funcionalismo, el marxismo, etología y sociobiología. Posteriormente se aborda la familia y la socialización estudiando las teorías funcionalistas de Talcott

Parsons, la sociología crítica de la Escuela de Frankfurt, la concepción fenomenológica de Peter Berger y la concepción marxista. Para concluir, en este tópico de la socialización se desarrolla el tema de la televisión, donde se abordan aspectos del acto cultural y su penetración de masas; la información: mensaje y mercancía; los estereotipos en la personalidad y su fuerza social; colonización cultural y nuevo imperialismo mental; el mito de la libertad de expresión; consumo de ficción y valores y la substitución y generación de la realidad.

Las estrategias metodológicas contempladas en la asignatura comprenden la exposición sistemática de los temas enunciados, con el apoyo del docente, así como la elaboración de trabajos monográficos, discusiones o foros grupales, entre otros. Las fuentes contempladas que deben ser consultadas por los estudiantes en el programa vinculadas a la temática del presente trabajo de investigación son las siguientes: influencia de la publicidad de la televisión sobre los niños, el discurso televisivo, espectáculo de la postmodernidad, aproximación a la telenovela, la imagen publicitaria en televisión, la televisión: los efectos del bien y del mal, el aula fuera del aula, la educación invisible de la cultura audiovisual.

En este programa se identifican algunos aspectos vinculados al sujeto social especificado por José Martínez de Toda, el cual sabe que en su alrededor confluyen diversas mediaciones sociales, donde participan la familia, la escuela, los medios o diversas instituciones. En este sentido, los futuros profesionales de la educación son formados en la epistemología de la sociología y sus implicaciones en el hecho educativo con una labor de comprensión y análisis. La sociología de la educación como cualquier otra sociología contempla el estudio de la expresión de los conflictos sociales de los mundos societarios que investiga, donde en sus propósitos críticos persigue superar las dificultades sociales desde la enseñanza.

Asimismo, se identifican entre sus contenidos la intención de estimular un sujeto consciente frente al papel de la televisión en los procesos de socialización. En

este contexto, se analiza el fenómeno comunicativo ante los importantes cambios sociológicos y culturales para comprender el hecho educativo. El estudio del fenómeno comunicacional parte del reconocimiento de la penetración de masas de sus contenidos y se pone en evidencia que la información puede convertirse en una mercancía en las empresas televisivas. También son estudiados los estereotipos que son presentados en este medio que influyen en la personalidad de la sociedad proyectando una colonización cultural y mental, a través del mito de la libertad de expresión y el manejo de la representatividad de la realidad.

La asignatura *Historias de las Ideas Pedagógicas en Venezuela* (Apéndice N° 56) tiene como propósito formar a profesionales de la educación críticos y reflexivos para responder a las necesidades de cambios y transformaciones derivadas del contexto sociohistórico. Por esta razón, los objetivos generales de la asignatura se orientan a resaltar la importancia de la historia como ciencia para la investigación y el estudio del proceso de la realidad educacional venezolana, inferir que el pensamiento educativo es una forma de pensamiento social, así como valorar la contribución del pensamiento pedagógico en las reformas y aportes del proceso histórico nacional.

Los contenidos desarrollados están distribuidos en tres unidades. La primera unidad es introductoria, donde se estudia la historia como una ciencia social, las concepciones históricas contemporáneas, el oficio del historiador y la importancia del estudio de la historia de la pedagogía. En las siguientes unidades se abordan las siguientes grandes temáticas: Proceso de institucionalización de la instrucción pública como proyecto político nacional (de la crisis de la sociedad colonial a la gestación de la sociedad nacional 1777-1908); Tecnificación de la instrucción pública para la integración nacional (crisis de la Venezuela rural agropecuaria exportadora y de la República liberal 1909-1945); Modernización educativa para el desarrollo socio-económico (Venezuela petrolera y urbana: entre militarismo, autoritarismo y democracia 1948- hasta la actualidad).

Las estrategias metodológicas en esta asignatura están organizadas a través de una estructura común, la cual se describe de la siguiente forma: El problema educacional prioritario, su contexto histórico particular, posiciones y corrientes pedagógicas universales enfrentadas en el escenario educacional venezolano, las posiciones y propuestas y realizaciones de la pedagogía innovadora en contraposición con las entonces dominantes y el carácter de las relaciones entre el Estado y la Iglesia Católica. Las fuentes documentales recomendadas responden a la temática histórica contemplada en el programa.

Una vez revisado el programa de *Historia de las Ideas Pedagógicas en Venezuela* no se identifican aspectos vinculados a las seis dimensiones de la educación para el medio contempladas por José Martínez de Toda.

La asignatura de *Teoría Pedagógica Contemporánea* (Apéndice N° 57) forma parte del componente de formación pedagógica que tiene como propósito contribuir a desarrollar en el estudiante de educación una actitud crítica y reflexiva ante el problema pedagógico, sobre la base de la participación responsable y comprometida en el análisis de los contenidos planteados y mediante las actividades programadas. El objetivo general del curso pretende que al finalizar el mismo, los estudiantes estén en capacidad de analizar los distintos niveles y dimensiones del pensamiento pedagógico, en sus manifestaciones de discurso no teórico como concreción de la reflexión y práctica ideológico-política y el discurso teórico pedagógico representado por las corrientes positivista e histórica-crítica en sus diversas expresiones.

La estructura del programa está conformada por tres unidades: Criterios teórico-metodológico para el análisis de los discursos pedagógicos; discurso pedagógico no teórico aplicación de criterios teórico metodológico en su análisis y teorías pedagógicas contemporáneas. En la primera unidad se presentan temas vinculados con la discusión de criterios teórico-metodológico para el abordaje de discursos pedagógicos. La segunda unidad sitúa a los estudiantes frente a una producción plural de discursos

pedagógicos no teórico y se refiere a la aplicación de criterios teórico-metodológico en análisis de los mismo. Y para concluir, en la tercera unidad se presenta la caracterización epistemológica de la producción de las teorías pedagógicas contemporáneas.

Al respecto, en estos contenidos no se identifican temas vinculados a las seis dimensiones de la educación para los medios, sin embargo, se estimula la reflexión del futuro docente en el discurso teórico y metodológico de la pedagogía educativa.

Del componente de formación especializada se identifica el programa de *Artes Plásticas* (Apéndice N° 58) de la mención de educación primaria y 1era etapa de educación básica. Entre los objetivos generales de esta asignatura se tienen previsto proporcionar al estudiante los fundamentos teórico-metodológicos para el desarrollo de la creatividad estética como aspectos esenciales del desarrollo, así como diseñar, ejecutar y evaluar proyectos para el espacio de expresar y crear en las aulas de educación inicial atendiendo a las necesidades e intereses de los niños y niñas. En el programa se identifican cuatro unidades temáticas: Significado de las artes plásticas en la educación; las artes plásticas y la capacidad creadora, el desarrollo de la sensibilidad y discriminación estética, y técnicas y recursos en las artes plásticas.

En este sentido, los contenidos de esta asignatura ofrecen a los estudiantes de educación herramientas para estimular en el niño el desarrollo y la expresión a través de las artes, la creatividad, la producción propia y original, utilizando el color, las líneas, las formas, las texturas, proporciones y perspectivas para crear mensajes.

En los objetivos generales de la asignatura se identifican aspectos vinculados al sujeto creativo mencionados por José Martínez de Toda en las seis dimensiones de la educación de los medios, claro está sin involucrar directamente las características de lenguaje audiovisual televisivo. En el programa se destaca el propósito de estimular la resignificación de significados a través de la promoción de una conciencia estética para

el desarrollo de las artes plásticas o la expresión artística de la imagen. De esta forma, los objetivos centrales de la asignatura se orientan a la creación de mensajes originales, propios y creativos.

Por su parte, los contenidos de la asignatura están en consonancia con el propósito de estimular en los estudiantes la capacidad creadora de comunicar a través de las artes plásticas. En este sentido, los contenidos que son abordados estimulan la herencia cultural y el desarrollo de las artes plásticas como expresión artística mediante la pintura, la escultura, cerámica, dibujo, collage, estampados, decorados de papel, entres otros. En el marco de las estrategias metodológicas se evidencian actividades que promueven la observación, participación y creaciones de expresiones plásticas en los estudiantes, a través de dinámicas grupales. En las fuentes recomendadas para el desarrollo de los contenidos se identifican aspectos que motivan el diseño de estrategias pedagógicas por parte de los docentes en el hecho educativo.

La asignatura de *Expresión Verbal y Literaria* (Apéndice N° 59) aborda la necesaria vinculación que debe poseer el docente en estos aspectos para el área preescolar y escuela básica, los cuales representan elementos esenciales en el crecimiento y desarrollo integral del ser humano. El programa refleja dos ejes fundamentales, el lenguaje infantil y la expresión literaria, para proporcionar a los estudiantes herramientas teóricas que le permitan orientar el proceso adquisitivo y de enriquecimiento del lenguaje de sus futuros alumnos.

En los objetivos del programa se identifican aspectos vinculados al sujeto creativo desde el aspecto verbal y literario en los procesos sociales y culturales del entorno en el cual se desenvuelve, sin hacer énfasis en el lenguaje audiovisual de la televisión. De esta forma, al estudiante se le estimula en la comprensión y diseño de habilidades pedagógicas para el desarrollo de hábitos verbales, la literatura, el lenguaje infantil y la expresión artística, como procesos comunicacionales y culturales. De esta forma, los contenidos del programa están directamente relacionados a procesos de

comunicación en la experiencia enseñanza aprendizaje, a través de la expresión verbal y literaria, y los medios de información masiva. En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura. Por su parte, en las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la estimulación de la creatividad verbal de los estudiantes, la valoración de la literatura, el lenguaje y la lectura.

También de la mención preescolar y 1era etapa de educación básica se contempla el programa de *Expresión Psicomotriz y Musical* (Apéndice N° 60), donde el educador resalta la constitución del yo corporal en sus estudiantes, como núcleo del desarrollo de su personalidad e instrumento de comunicación. En el programa de la asignatura expresión psicomotriz y musical se promueve la creación y la libertad, a través del desarrollo de la capacidad de la expresión corporal, la sensibilidad artística y musical del estudiante de la profesión docente para posteriormente proveerlo a sus estudiantes a través de actividades pedagógicas. De esta forma, se estimula la exploración y conocimiento corporal como herramienta de expresión y comunicación.

En relación a los contenidos de la asignatura se evidencia el estudio del lenguaje del cuerpo a través del movimiento, la conciencia del yo corporal y el control tónico. Asimismo, se estimulan técnicas de respiración, relajación, ritmo, apreciación musical y vocalización. Aspectos vinculados con los procesos de la comunicación verbal y no verbal. En las estrategias metodológicas se evidencia un carácter teórico y práctico de la asignatura. En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la estimulación de la expresión corporal como método y práctica del hecho comunicacional.

En este programa se identifican algunos aspectos para estimular el sujeto creativo en los estudiantes, donde se resalta el cuerpo humano como un medio de comunicación y promoción de la cultura popular. Sin embargo, no se identifican aspectos que se vinculen directamente con el lenguaje audiovisual de la televisión.

Por su parte en la mención de desarrollo de recursos humanos de la formación anual de los docentes en la Escuela de Educación, se destacan los programas de comunicación organizacional, sistemas de información y diseño, producción y evaluación de medios instruccionales. En la asignatura de Comunicación Organizacional (Apéndice N° 61) se identifican aspectos vinculados con el área comunicacional desde la formulación de sus objetivos. En este sentido, el propósito fundamental de este programa está orientado a estudiar los procesos comunicacionales de las organizaciones, con la intención de identificar las bases teóricas, metodológicas y técnicas que los sustentan y proporcionar alternativas que contribuyan a mejorarlos cualitativamente.

En la asignatura se estudia la comunicación como una condición humana que permite a la persona expresar ideas, opiniones, sentimientos, alternativas y acciones sobre variados temas que requieran ser abordado en la institución educativa. Es por ello, que se considera a la comunicación como un elemento socializador concreto, cuyas perspectivas involucran a la escuela y a los medios de comunicación social, los cuales condicionan la forma en las que las personas perciben sobre su entorno.

Sobre los contenidos se identifican aspectos vinculados al estudio del hecho comunicacional y su desarrollo en las organizaciones. De esta forma, se inicia el estudio desde la comunicación humana y sus variados procesos en los modelos organizacionales. De esta manera, se estudia la comunicación en la estructura organizativa escolar para lograr de forma eficaz y eficiente el funcionamiento de la institución educativa.

En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura. En las fuentes recomendadas se detallan tópicos vinculados a la comunicación humana, el comportamiento humano en la organización educativa, la personalidad creadora y el constructivismo en la escuela.

En la asignatura *Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales* (Apéndice N° 62) se contempla el estudio de diferentes medios, su elaboración, interactividad y aplicación en variados métodos de instrucción para su implementación en el sistema de enseñanza, haciéndose énfasis en el video y los multimedios. Desde este programa se reconoce que los medios forman parte del proceso de enseñanza, tanto en la educación formal como la no formal. Desde esta realidad, se considera que es necesario que los educadores participen en el diseño de medios tomando en cuenta sus características y el contexto donde se podrían utilizar. En consecuencia, el educador para garantizar la efectividad de estos medios debe estar formado en teorías instruccionales y de evaluación, así como en los actuales procesos comunicacionales. En resumen, el objetivo terminal de este curso es diseñar, producir, utilizar y evaluar diversos medios instruccionales para la educación formal y no formal.

El programa está dividido en siete unidades. Inicia con el diseño de instrucción, clasificación y evaluación de los medios instruccionales, en este apartado se forma al docente en modelos de diseño instruccional, aprendizaje y comunicación, historia, medios y taxonomía, criterios para la selección y evaluación de los mismos. Seguidamente, se desarrolla el tema de la comunicación audiovisual, donde se realiza una caracterización de los diversos componentes de la comunicación audiovisual. Entre los contenidos, que son dictados en esta segunda unidad se encuentran: a) La semiótica de la imagen, lenguaje verbal, kinésico, oral, escrito, sonoro, audiovisual y la animación; b) lectura de las imágenes: percepción, imagen fija y en movimiento y espacio visual; c) información subliminal; d) tecnologías digitales en la producción de medios.

Una vez que se le brindan a los estudiantes contenidos básicos sobre el lenguaje audiovisual se desarrolla la unidad tres donde se presentan principios y técnicas de la elaboración de guiones para diversos medios audiovisuales. Entre los tópicos se encuentran: el lenguaje audiovisual, estructura narrativa del discurso audiovisual, el

uso del lenguaje audiovisual en la redacción de guiones y sus diferentes géneros y prácticas en la elaboración de guiones.

En estas tres primeras unidades se evidencia que se brinda a los futuros educadores contenidos vinculados a los procesos del sujeto alfabetizado audiovisual orientados a las áreas de aprendizaje formal y no formal. Por su parte, en las tres siguientes unidades se promueven tópicos sobre el sujeto creativo, en virtud que se realizará la producción de contenidos en los medios visuales, auditivos y audiovisuales, cuyos objetivos son diseñar, producir y evaluar medios instruccionales para la enseñanza. Los medios en los cuales son capacitados los estudiantes son: rotafolios, transparencias, powerpoint, micros radiofónicos y videos. La asignatura culmina con la identificación de aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación, a través del internet y los sistemas multimedia para la enseñanza.

En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura, donde los participantes deben elaborar proyectos en medios visuales, auditivos y audiovisuales. Sobre las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a las tecnologías educativas y su diseño instruccional, donde se realizan acercamientos por conocer los elementos del lenguaje audiovisual de los medios y sus técnicas o procesos de producción desde los objetivos educativos.

La asignatura de *Sistemas de Información* (Apéndice N° 63) tiene como objetivo el estudio de la información como una competencia necesaria a desarrollar en los educadores para trabajar en función del sistema educativo formal, en lo social y en el organizacional. En sus contenidos se identifica un estudio de la naturaleza conceptual y crítica sobre el surgimiento de las sociedades de la información y del conocimiento. Asimismo, se le brinda a los participantes aspectos teóricos y metodológicos sobre los modelos de desarrollo de competencias para el manejo de la información, criterios de selección, valorización de las fuentes, procesamiento de contenidos, y producción de conocimientos. En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y

práctico de la asignatura. Por su parte, en las fuentes recomendadas se contemplan tópicos vinculados a la sociedad de la información, políticas y economía de la cultura, gestión de la información de las organizaciones, entre otros.

Al revisar este programa se identifican aspectos teóricos y metodológicos que le permitirán a los estudiantes de educación analizar, elaborar e implementar propuestas de sistemas de información en diversos ámbitos, orientados a la obtención, procesamiento y transformación de datos para orientar los procesos de toma de decisiones en las organizaciones educativas. En este sentido, no se identifican tópicos relacionados directamente con las dimensiones de la educación para los medios planteadas por José Martínez de Toda.

De los estudios universitarios supervisados se revisaron los programas de Introducción a las Ciencias Sociales (Apéndice N° 64), Técnicas de Documentación e Información (Apéndice N° 65), Psicopedagogía (Apéndice N° 66) y Relaciones Interpersonales (Apéndice N° 67), los cuales no se contemplaban en el pensum de estudios anual. La asignatura de Ciencias Sociales está orientada a aproximar a los participantes al conocimiento y uso crítico de los conceptos básicos y primarios de las ciencias sociales, sobre la base de los grandes paradigmas teóricos del estructural funcionalismo y el marxismo o materialismo histórico. Los contenidos son organizados en tres unidades temáticas: Teoría estructural funcional, teoría marxista y un estudio comparado entre ambas teorías. En las estrategias y actividades metodológicas para el desarrollo de los contenidos planteados se contemplan la recomendación de lecturas guiadas, clases magistrales, utilización de preguntas generadoras, entre otros. En general, en el programa no se identifican aspectos vinculados sobre la disciplina de la educación para los medios, sin embargo, se estimula en los estudiantes el análisis funcional y el análisis dialéctico en cuanto a metodologías diferenciales para abordar el conocimiento de la realidad social.

En el programa Técnicas de Documentación e Información no se indican objetivos generales y específicos en la muestra que fue recopilada. Sin embargo, los contenidos de esta asignatura contemplan: Orientación inicial y significado de la investigación documental, formulación y planificación de la investigación documental, recolección, selección y fijación de la información, análisis y organización de la información, y resultados y comunicación. Las estrategias y actividades contempladas son propias de los procesos de la educación a distancias, a través de clases presenciales de asesorías y evaluación, así como lecturas recomendadas, desarrollo de investigación, uso de herramientas web, entre otros. En conclusión, en la asignatura no se identifican aspectos vinculados directamente sobre la disciplina de la educación para medios, sin embargo, se le brinda a los estudiantes herramientas para el acceso a variadas fuentes de información para el desarrollo de los procesos educativos.

Por su parte, el programa de Psicopedagogía tiene entre sus objetivos generales analizar los conceptos básicos de la psicología del desarrollo, identificar la influencia de los factores genéticos y ambientales en el desarrollo infantil, describir las posturas teóricas en la psicología del desarrollo humano y los cambios evolutivos de los niños de 0 a 6 años. Sus contenidos están dirigidos al estudio sobre las teorías del desarrollo humano, contemplando las fases desde la infancia hasta la niñez. Las estrategias contempladas para desarrollar esta asignatura son las siguientes: Clases presenciales, lecturas guiadas, elaboración de ensayos, pruebas. Entre las fuentes recomendadas se encuentran tópicos tales como desarrollo del niño y del adolescente, ecología del desarrollo humano, la psicología evolutiva de Jean Piaget, explicaciones sobre el desarrollo humano, desarrollo psicológico, teorías vigentes sobre el desarrollo humano, entre otros. En definitiva, no se identifican aspectos vinculados sobre la disciplina de la educación para los medios, sin embargo, se estimula en los estudiantes la comprensión del desarrollo humano y los diferentes factores que inciden en el mismo.

Para concluir, el último programa consultado fue el de Relaciones Interpersonales cuyos objetivos generales consisten en explicar los estilos de relación familiar y su incidencia en el establecimiento de relaciones interpersonales efectivas en el ámbito personal-social y educativo, así como analizar el proceso de la comunicación humana como fenómeno complejo y multifactorial, identificando los diversos estilos y barreras de la comunicación y sus implicaciones en la interacción humana y educativa. En este ámbito se abordan contenidos como la relación interpersonal en la familia, el ser en relación, la comunicación humana y educativa, el docente como mediador relacional del grupo. En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura y en las fuentes recomendadas se presentan temas relacionados con la comunicación, la escuela y la pedagogía crítica. De esta manera, se estimula en los futuros docentes la consciencia del papel social y comunicacional de la cual deben ser conscientes en el ejercicio de su profesión.

Educomunicación en el plan de estudios de la Escuela de Comunicación Social

En el marco de la formación de los comunicadores sociales en la UCV se estudiaron los programas de los departamentos de Comunicación Visual, Audiovisual, Ciencias de la Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, los cuales representan 52 asignaturas. En esta muestra de estudio se evidencia que los futuros profesionales de la comunicación son formados en aspectos teóricos y prácticos sobre el ámbito de los medios de comunicación, orientados hacia las fases de preproducción, producción y posproducción de los contenidos que forman parte de las tecnologías de la comunicación y la información, con base en aspectos epistemológicos, sociocomunicacionales, éticos y legales.

En este sentido, se identifican en varios programas aspectos teóricos considerados por José Martínez de Toda en las seis dimensiones de la educación para los medios, los cuales se detallan a continuación. Sin embargo, es necesario destacar que en los siguientes programas que comprendieron la muestra de estudio no se

identificaron objetivos generales y específicos, estrategias o actividades y fuentes recomendadas, entre ellos se encuentran los siguientes: Producción de Proyectos Visuales (Apéndice N° 16), Diagramación Especializada (Apéndice N° 19), Artes Gráficas (Apéndice N° 20), Edición de diarios (Apéndice N° 21), Tipografía y Color (Apéndice N° 23), Gerencia de Producción Editorial (Apéndice N° 27), Radio II (Apéndice N°31), Cine I (Apéndice N° 33) y Taller de televisión (Apéndice N° 38).

En los programas del departamento de ciencias de la comunicación se identifican aspectos sobre la teoría crítico democrática y la teoría crítico cultural recopilados por José Martínez de Toda en los orígenes del sujeto crítico. De esta forma, se estudian autores como Max Horkheimer, Teodoro Adorno y Herbert Marcuse de la Escuela de Frankfurt y Stuart Hall de la escuela de Birmingham de Inglaterra. De esta manera, las asignaturas de *Teoría de la Comunicación* (Apéndice N° 3) y *Sociopolítica de la Comunicación* (Apéndice N° 4) presentan contenidos vinculados a los paradigmas para la reflexión de la comunicación.

En el objetivo general de la asignatura *Teoría de la Comunicación* se identifica como propósito brindar a los estudiantes una visión global sobre la comunicación y la información como ciencia o área interdisciplinaria. Los contenidos previstos en el programa representan un esbozo histórico del estudio de la comunicación, la epistemología, la relación presente entre el hombre-sociedad y las formas de comunicación necesarias durante este proceso. Para ello, se contempla realizar estudios a la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt y analizar los productos culturales de consumo donde la comunicación está involucrada, desde la perspectiva ideológica dominante en los medios y sus procesos de alienación. La teoría crítica cultural, la cual es identificada por Martínez de Toda como uno de los enfoques teóricos de la dimensión del sujeto crítico, es estudiada en esta asignatura, vinculando el desarrollo de la vertiente estructuralista donde estudian las ideologías falsas o escondidas, a través del lenguaje utilizado en los medios (Semiótica- Semiología). Sin embargo, no se

identifican estrategias pedagógicas dirigidas al análisis de mensajes mediáticos, al parecer el desarrollo de estos contenidos es una aproximación teórica sin ejercicios de casos específicos.

El binomio comunicación y educación también es uno de los temas contemplados en esta asignatura, el cual constituye la esencia de la disciplina de la educación para los medios. Este tópico es abordado a través de los postulados teóricos de la comunicación y la información de Simón Rodríguez y Andrés Bello. En el programa no se especifican los subcontenidos que se contemplarán para abordar el tema y en las estrategias tampoco se identifican las actividades específicas para esta área.

A continuación una tabla resumen sobre contenidos específicos de los programas de teoría de la comunicación y sociopolítica de la comunicación:

Tabla N° 2. Departamento de ciencias de la comunicación

	Sujeto alfabetizado	Sujeto consciente	Sujeto activo	Sujeto social	Sujeto crítico	Sujeto creativo
Teoría de la comunicación	Sujeto alfabetizado		Sujeto crítico			
	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos: se identifica que se pretende brindar a los estudiantes de una visión global sobre el problema de la comunicación y la información como ciencia y/o área interdisciplinaria. • Contenidos: el proceso de la comunicación, relación hombre/comunicación/sociedad, de la sociedad tradicional a la sociedad de masas, bosquejo histórico del estudio de la comunicación, Escuela Francesa, Escuela de Frankfurt, Teoría Crítica, planteamientos críticos de la teoría de la comunicación, la comunicación y cambio social, relación comunicación y educación. • Aspectos metodológicos: clases magistrales y pruebas escritas sobre los aspectos teóricos de los contenidos desarrollados. • Fuentes recomendadas: textos sobre comunicación humana, la semántica, industria cultural y sociedad de masas, símbolo, comunicación y consumo, discurso y poder, Escuela de Frankfort, comunicación crítica, entre otros. 					
Sociopolítica de la comunicación	Sujeto crítico					
	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos: se capacitan a los estudiantes en enfoques teóricos que le permitan reflexionar sobre la comunicación en el contexto social. • Contenidos: interrelaciones entre sociedad y comunicación, los paradigmas epistemológicos de la reflexión en comunicación y la comunicación desde las prácticas sociales • Aspectos metodológicos: clases magistrales y pruebas escritas sobre los aspectos teóricos de los contenidos desarrollados. • Fuentes recomendadas: textos sobre la sociedad post-industrial, cultura y comunicación, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, sociología e la comunicación de masas, la mediación social, procesos de comunicación y matrices de cultura, el arte en la era de los medios de comunicación y su reproducción mecánica. 					

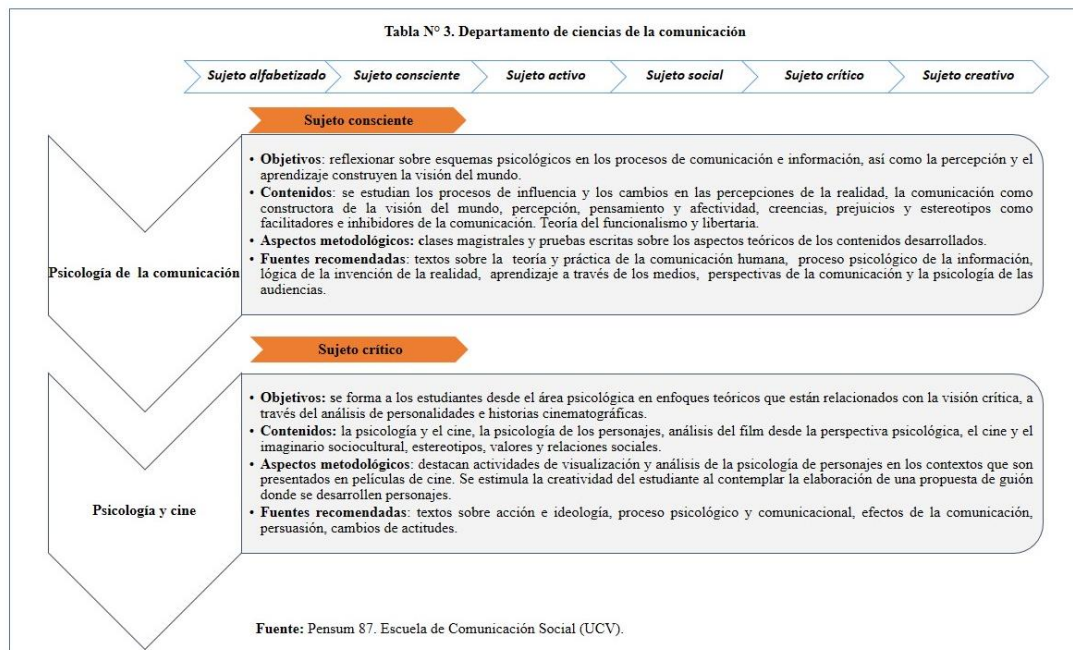
Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV).

En *Sociopolítica de la Comunicación* se introduce a los estudiantes en el desarrollo teórico de la escuela de Frankfurt sobre los productos culturales de consumo, la ideología dominante en los medios de comunicación, la alienación y la influencia de

los medios en el desarrollo de la sociedad. La teoría crítica cultural vuelve a ser identificada en este programa por segunda vez, en consonancia con los enfoques teóricos de Martínez de Toda. Este tema contempla contenidos sobre la vertiente estructuralista donde se estudian las ideologías de los medios. Entre las disciplinas que son abordadas se encuentran la semiótica, la semiología y la lingüística.

En relación a las estrategias pedagógicas de estas dos asignaturas no están dirigidas a propiciar una visión de la educomunicación, al parecer el desarrollo de estos contenidos es una aproximación teórica para comprender la epistemología de la comunicación. Estas asignaturas son de carácter obligatorio para los futuros profesionales de la comunicación.

Este departamento contempla también las asignaturas de *Psicología de la Comunicación* (Apéndice N° 2) y *Psicología y Cine* (Apéndice N° 7). En *Psicología de la Comunicación* se estudia desde el aspecto psicológico las diferentes formas de comunicación humana. Por esta razón, se valora el diálogo y la problematización para la socialización y se prepara al estudiante para empezar a conocer los tipos de mediaciones que las audiencias de los medios puede ejercer a través de la percepción, el pensamiento y la afectividad frente a los mensajes mediáticos. Para complementar esta visión, se analiza como es el mundo y su realidad, a través de abordaje de creencias, estereotipos, prejuicios e ideologías que influyen en la realidad comunicacional y en la forma de valorar y crear entornos comunicacionales. De esta forma, se aborda al estudiante para reconocer los aspectos en que el comunicador social puede influir en la construcción de la realidad para las audiencias. Las lecturas recomendadas en el programa están directamente relacionadas a los siguientes temas: psicología social, acción e ideología, la comunicación humana, aprendizaje a través de los medios, socialización y comunicación.



En el programa de *Psicología y Cine* se incentiva a los estudiantes a una visión crítica del cine mediante aspectos psicológicos adquiridos en la asignatura de *Psicología de la Comunicación*, tales como conductas, valores, creencias y estereotipos. En esta asignatura se ofrece un espacio para ver críticamente varias piezas cinematográficas con el propósito de analizar las psicologías de los personajes, como se desarrolla la trama y estudiar la construcción y evolución de estos en un relato. El análisis psicológico de los personajes cinematográficos permitirá al estudiante identificar la tesis del autor en el contexto sociocultural creado como un hecho de la representación de la realidad, las ideologías reflejadas en los personajes, la manipulación de la opinión pública a través de las creencias, estereotipos, conductas y valores. Esta asignatura tiene contemplado en sus estrategias y actividades estimular desde la crítica el hecho creativo, porque el estudiante deberá elaborar una propuesta de guión personal con desarrollo de personajes. Es de destacar, que esta signatura es electiva dentro del pensum actual de la Escuela de Comunicación Social. Las herramientas brindadas en esta asignatura permitirán a los estudiantes elaborar textos

periodísticos dirigidos a críticas sobre las producciones cinematográficas de su preferencia.

En el programa *Teoría de la Opinión Pública* (Apéndice N° 5) se evidencia como objetivo general conocer los problemas asociados con la noción de la opinión pública y el gobierno en la sociedad, estudiando las teorías sobre este área, el rumor, los efectos de los medios y las relaciones de liderazgo en el contexto nacional e internacional. En este sentido, los contenidos están orientados al fenómeno de la opinión pública, factores que la condicionan y estrategias para mediarla. Entre sus fuentes recomendadas se encuentran fundamentos para el estudio de la opinión pública, el periodista en el espacio público, psicología del rumor, la investigación de la comunicación, análisis político empírico, encuestas en la sociedad de masas, el marketing político y la manipulación de los medios. En esta asignatura, se identifican aspectos básicos en los cuales es formado el sujeto consciente considerados por José Martínez de Toda, al contemplar que este sujeto está preparado sobre los procesos de producción de la industria de los medios, cuáles son sus intereses y como tratan a las audiencias. Desde esta perspectiva se estudian los métodos de la persuasión utilizado en campañas políticas o informativas para lograr cambios en la opinión de las audiencias, tales como el espiral del silencio, la teoría del rumor, entre otros.

En la asignatura *Filosofía de la Comunicación* (Apéndice N° 6) se estudian diferentes perspectivas filosóficas con la finalidad de extender el campo de comprensión de la comunicación y los medios. Desde esta perspectiva los objetivos pedagógicos están orientados a identificar argumentos sobre la comunicación que han aparecido en la filosofía, contrastar diferentes posturas y evolución de la comunicación dentro del campo filosófico. De esta forma, el futuro comunicador es más consciente en las diferentes posturas teóricas de la comunicación desde el campo de la filosofía.

Este departamento cuenta también con la asignatura electiva *Diferencia vs. Consenso en la Pragmática Comunicativa* (Apéndice N° 10), la cual es dedicada al

estudio de la teoría de la acción comunicativa, la construcción de la lingüística, el conflicto sociocultural y la hermenéutica. En este sentido, se estudian enfoques desarrolladas por autores de la teoría crítica cultural resumida por Martínez de Toda en la dimensión del sujeto crítico. En las estrategias y actividades del programa se contemplan ensayos reflexivos, sin embargo, no se especifican si los temas estarán vinculados con los mensajes de los medios de comunicación.

En relación a *Historia de la Comunicación* (Apéndice N° 11), una asignatura obligatoria, se identifica como objetivo general que el estudiante conozca y maneje un marco referencial de los sistemas de comunicación en una perspectiva socio-histórica que cubrirá tanto los orígenes de dichos procesos y su discurso. Desde esta perspectiva, los contenidos contemplan: comunicación y sociedad, prensa e historia, comunicación y sociedad de masas, y el sistema de difusión masiva en Venezuela. Las fuentes recomendadas están direccionadas a considerar tópicos sobre la evolución histórica de los medios. Es por ello, que al estudiante se le brindan nociones generales sobre el nacimiento y desarrollo en el tiempo de los medios de comunicación, el cual aporta insumos teóricos para la estimulación de un sujeto consciente del adelanto de los mass media en la sociedad.

En el programa *Ética y Legislación de Medios de Comunicación* (Apéndice N° 12), se identifica como propósito general profundizar en el estudiante una toma de conciencia significativa para su desarrollo como profesional de los medios y así asumir la responsabilidad individual y social en función de la colectividad en la cual labora. Esta conciencia deberá estar sustentada en el conocimiento de la realidad, la comprensión de la problemática de los medios en el país, el conocimiento de la estructura de poder de la industria de la comunicación y los aspectos legales, éticos y humanos que representan la responsabilidad social del ejercicio de la comunicación. En este sentido, esta materia obligatoria en el pensum aborda entre sus contenidos: la ética y el hombre; la ética como disciplina filosófica, la ética profesional, la libertad de

expresión en Venezuela y el mundo, así como el régimen jurídico de los comunicadores en el país. En estas asignatura se identifican aspectos del sujeto consciente planteadas por José Martínez de Toda desde la teoría de la responsabilidad social de los medios y del ejercicio de la profesión del comunicador social al considerar que esta labor debe estar subordinada a aspectos éticos y legales orientados hacia el bien común en la sociedad.

La asignatura electiva *Comunicación y Desarrollo* (Apéndice N° 13) posee como propósito analizar las relaciones entre la comunicación y el desarrollo en la sociedad, haciendo especial énfasis en las expresiones latinoamericanas, el papel social de las tecnologías de la información y la comunicación, así como sus modelos dominantes y alternativos. Entre sus contenidos destacan tópicos sobre propuestas y modelos de desarrollo democráticos en la sociedad, expansión de los medios de difusión en América Latina, modelo neoliberal y neodesarrollismo de las comunicaciones. De esta forma, se considera como objeto de estudio aristas relacionadas a cómo funciona la industria de los medios en una determinada sociedad y su contexto internacional, contribuyendo con la promoción del sujeto consciente definido por De Toda.

Para finalizar con el departamento de ciencias de la comunicación se consultaron los programas electivos de Comunicación y Liderazgo (Apéndice N° 8), Comunicación y Drogas (Apéndice N° 14) y Comunicación para Mejorar la Calidad de Vida (Apéndice N° 9), en los cuales se le ofrece a los participantes conocimientos y estrategias para el ejercicio profesional brindándole insumos para mantener una buena comunicación en equipos de trabajo, manejo de emociones y abordaje de la problemática de las drogas en los medios de comunicación. Sin embargo, no se identificaron aspectos vinculados a las seis dimensiones de la educación para los medios ejemplificadas por José Martínez de Toda.

El departamento de comunicación visual contempla contenidos dirigidos a enseñar a los futuros comunicadores sobre las características y elementos que participan en la construcción de la comunicación no verbal. Las asignaturas de este departamento están destinadas a la alfabetización y a la elaboración de piezas y productos visuales, donde el estudiante aprende sobre la composición de estos elementos. No obstante, se identifica en el programa de *Estética y Comunicación* (Apéndice N° 26) una diferencia al sostener en sus objetivos que el estudiante estará en capacidad de analizar la importancia de la percepción estética en el proceso de comunicación visual y podrá señalar experiencias y ejemplos de una manera crítica y reflexiva acerca del impacto que este concepto tiene en la percepción de la imagen. Este objetivo pedagógico evidencia que en el curso se valoran las experiencias de los futuros profesionales de la comunicación para que realicen ejercicios reflexivos en el proceso de aprendizaje. De esta forma, se genera la participación a través de juicios sobre los tópicos planteados. Esta estrategia de enseñanza está en consonancia con los postulados teóricos de Masterman y Ferrés en virtud de que valora las ideas y emociones de los estudiantes para iniciar el camino hacia la reflexión crítica destacando aspectos motivacionales y constructivistas. En este caso, una lectura crítica hacia piezas de la comunicación visual.

A través de la asignatura *Lenguaje y Comunicación Visual* (Apéndice N° 15) se estimula un proceso de alfabetización en la percepción, psicología de las formas, composición, diseño y elementos visuales para la transformación de ideas en imágenes creativas para comunicar. Desde esta perspectiva el estudiante manejará los conceptos básicos en la materia para desarrollar los niveles necesarios para una mejor comprensión y expresión del mensaje visual. Entre los contenidos considerados destacan el significado de la imagen en la sociedad actual, los fundamentos de la teoría de la imagen, elementos del lenguaje visual y los mecanismos de la visión, la psicología del color y las teorías de las formas, entre otros. Estos elementos son vitales para promover una educación para los medios, porque a pesar de ser considerados en el

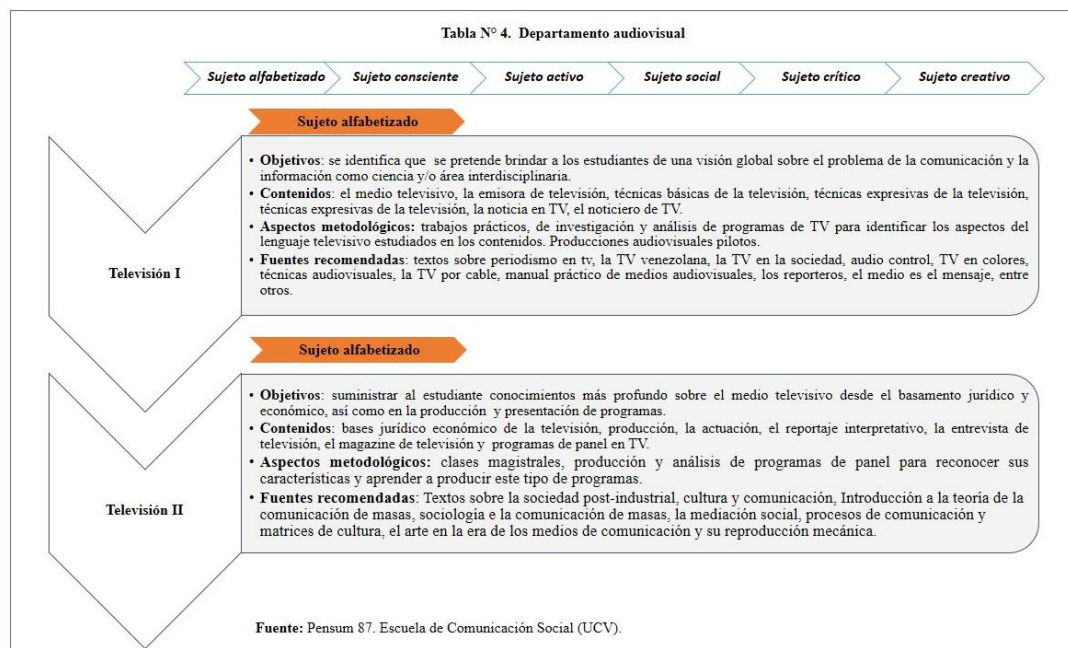
diseño de mensajes visuales pueden ser de utilidad para la producción audiovisual. En este mismo orden de ideas destacan los programas de *Artes Gráficas y Comunicación* (Apéndice N° 20), *Producción de proyectos Visuales* (Apéndice N° 16), *Diagramación Especializada* (Apéndice N° 19); *Gerencia de Producción Editorial* (Apéndice N° 27), *Edición de Diarios* (Apéndice 21), *Edición de Revistas* (Apéndice N° 22); *Tipografía y Color* (Apéndice N° 23), *Infografía* (Apéndice N° 24), *Identidad e Imagen Urbana* (Apéndice N° 25) e *Investigación de los Problemas de la Comunicación* (Apéndice N° 17) los cuales además de ofrecer las técnicas básica en el ámbito de la comunicación visual, estimulan el diseño de proyectos para la presentación gráfica eficaz del mensaje informativo en los medios impresos en general.

Las asignaturas del departamento audiovisual están dirigidas a formar a los futuros profesionales sobre el lenguaje y la producción de la fotografía, radio, televisión y cine. En los programas de *Fotografía I* (Apéndice N° 28) y *Fotografía II* (Apéndice N° 29), el primero obligatorio y la segundo electivo, se identifican como objetivos generales ofrecer a los estudiantes aspectos teóricos y prácticos para la elaboración de fotografías en los procesos de cobertura de variados géneros periodísticos, así como estimular los aspectos creativos en la producción de las imágenes. A pesar de que el contenido no está vinculado directamente con la producción televisiva se ofrecen al participante conocimientos que nutren los procesos del sujeto alfabetizado en el lenguaje visual, tales como: manejo de planos, ángulos, uso del color, iluminación, contraste, entre otros.

En la cátedra de radio se dictar tres asignaturas, siendo la primera obligatoria, *Radio I* (Apéndice N° 30) y las otras dos son electivas, *Radio II* (Apéndice N° 31) y *Radio III* (Apéndice N° 32). En estos programas se capacita al estudio en el lenguaje del medio radiofónico, partiendo desde sus aspectos históricos, legales y ejercicio periodístico. Por esta razón, entre los temas que son contemplados se encuentran la radiodifusión venezolana, elementos del lenguaje radiofónico, los formatos y géneros

periodísticos en este medio, la programación, el productor radial, los comerciales, la propiedad intelectual y las transmisiones radiales. En este sentido, se alfabetiza a los participantes en las técnicas y estrategias características sobre este medio, sin contemplar lecturas vinculadas a educación para los medios en sus objetivos y contenidos.

La cátedra de televisión está conformada por tres asignaturas: *Televisión I* (Apéndice N° 36), *Televisión II* (Apéndice N° 37) y *Taller de Televisión* (Apéndice N° 38). La primera de ellas es considerada como obligatoria y las otras dos de electivas. En el programa de *Televisión I* se identifica como propósito ofrecer al estudiante conocimientos del medio televisivo en los aspectos técnicos y expresivos, basamento legal nacional para el desempeño del medio, aspectos económicos de la empresa comunicacional, el periodismo de televisión, la producción del noticiero, magazine, entrevistas, reportajes interpretativos, la imagen del periodista en cámara, entre otros. A partir de este conocimiento, el estudiante realizará sus primeros ensayos en las producciones televisivas basadas en aspectos alfabetizadores y básicos sobre el lenguaje audiovisual y televisivo, así como la estructura general de un canal. Las estrategias metodológicas se caracterizan por la elaboración de exposiciones magistrales, lecturas recomendadas, ejercicios prácticos en estudio, entre otros.



En el curso de *Televisión II* se profundizan aspectos de la producción televisivas y se emplean estrategias pedagógicas para la observación y el análisis de lo transmitido en la televisión nacional con el objetivo de reconocer aspectos del lenguaje audiovisual y así iniciar prácticas de producción. Por esta razón, se contemplan actividades tales como: “análisis crítico del reglamento de radio comunicaciones vigentes” y “analizar la actuación en cámara de un locutor de noticias, un periodista, un moderador, un anfitrión de espectáculos y hacer prácticas”. Es de destacar, que los objetivos de la asignatura están orientados a formar periodistas integrales que conozcan el medio y puedan desempeñarse cabalmente en él, no se plantean lecturas críticas o la reflexión de los mensajes transmitidos en la televisión.

Por su parte, el *Taller de Televisión* es un espacio académico electivo diseñado para la producción de programas no periodísticos que conforman la programación de las plantas televisivas, tales como adaptaciones, series, promociones, entre otros. Las estrategias metodológicas estimulan el proceso creativo de los estudiantes, al realizar ejercicios claves en el estudio de producción vinculados a los temas desarrollados en

la asignatura. En consonancia con las dimensiones de la educación para los medios, el participante de estos programas es iniciado en aspectos vinculados a la alfabetización, funcionamiento del medio televisivo y en la producción de nuevos contenidos a partir de lo aprendido.

En la cátedra de Cine se ofrecen contenidos que también podrían ser útiles para la producción televisiva, se identifican un curso obligatorio, *Cine I* (Apéndice N° 33) y dos electivos, *Cine II* (Apéndice N° 34) y *Cine III* (Apéndice N° 35). En el primer programa no se contemplan objetivos generales y específicos para la asignatura, no obstante, se consideran dentro de sus contenidos temas como introducción histórica al cine, evolución del lenguaje cinematográfico, elementos formadores de la imagen cinematográfica, características del medio y del espectador de cine, elementos del montaje y un bosquejo histórico del cine venezolano. Es por ello, que esta asignatura brinda aspectos básicos e históricos del cine.

Sin embargo, en los objetivos de los cursos electivos se expresa que aspiran dotar al estudiante de elementos críticos que le permitan optimizar la capacidad creadora, para que realicen un ejercicio documental e informativo o crítica audiovisual. No obstante, aunque los objetivos mencionan elementos de la lectura crítica, los contenidos, estrategias y actividades de las asignaturas, están vinculadas a la alfabetización del medio para producir las primeras piezas cinematográficas de los futuros profesionales.

En el departamento de relaciones públicas y publicidad, los programas están dirigidos a promover en los estudiantes los conocimientos necesarios sobre las relaciones públicas de las organizaciones y las estrategias de publicidad y mercadotecnia de las comunicaciones. En el marco de esta perspectiva, en la asignatura de *Relaciones Públicas* (Apéndice N° 46) y *Relaciones Públicas II* (Apéndice N° 47), se pretende formar al estudiante en las características de las relaciones publicas como filosofía, ciencia y metodología de la integración entre una organización y sus públicos,

así como discernir las semejanzas y diferencias con otras disciplinas de la comunicación social. En sus contenidos no se identifican aspectos vinculados a las seis dimensiones de la educación para los medios porque están orientados a aspectos generales de la concepción de las relaciones públicas a través de los medios de comunicación y la administración de estas relaciones en una entidad socioeconómica.

En los programas sobre Diseño de Organización (Apéndice N°49) y Gerencia (Apéndice N° 48) se presentan como objetivos generales que el estudiante conozca y maneje enfoques de pensamiento acerca de cómo funcionan las organizaciones y el papel de la gerencia comunicacional en estos tópicos. Sus contenidos se direccionan hacia el estudio de las empresas, su estructura, cultura y diseño, así como el manejo del hecho de las comunicaciones tanto internas como externas de las empresas. No se identifican contenidos y estrategias relacionados a la educación para los medios.

En *Visualización y Redacción Publicitaria* (Apéndice N° 41), *Mercadotecnia* (Apéndice N° 43), *Investigación de Mercado* (Apéndice N° 44), *Lenguaje Publicitario* (Apéndice N° 40), *Creatividad y Comunicaciones Integradas de Mercadotecnia* (Apéndice N° 45), *Campañas Publicitarias y Estrategias de Medios* (Apéndice N° 50) no se presentan propósitos de estimular la competencia de la educación para los medios, sin embargo, se forma a los estudiantes en temas relacionados a la producción de mensajes publicitarios a través de diferentes medios de comunicación brindando estrategias para el logro de los objetivos de la persuasión en el mercado y así garantizar la sustentabilidad de las empresas. Estas asignaturas son electivas, así que dependerá del estudiante directamente el poder cursarlas.

Para concluir con las materias de este departamento, destaca como una electiva la de Análisis Crítico de la Publicidad (Apéndice N° 42), cuyo objetivo está dirigido a formar a los estudiantes de un espíritu crítico hacia la publicidad que se realiza en el país, como fenómeno social, económico y cultural. En este programa se identifican objetivos y estrategias dirigidas a desarrollar una lectura crítica de la publicidad en el

país. En este espacio, el alumno desde el punto socioeconómico debe conocer las características de la inversión publicitaria en el país y su incidencia sobre la economía general.

Los contenidos desarrollados en este hecho social son: introducción histórica, su evolución en el país, la publicidad como institución social, su papel en los diferentes sistemas socioeconómicos, propaganda y relaciones públicas. En relación al punto de vista estético-cultural, el alumno debe saber analizar las distintas manifestaciones creativas de la publicidad que se realizan en el país, atendiendo a sus valores, lenguaje e imágenes, etc. Los contenidos desarrollados en el punto de vista estético-cultural son los siguientes: la creación publicitaria, la creatividad importada, tendencias modernas, ilustraciones y lenguaje en la publicidad. De esta manera, la publicidad es analizada en clases desde el hecho social, económico, cultural y ético, considerando la reflexión en dos campos: la producción y sus posibles efectos.

Consideraciones generales

Una vez culminada la consulta de la muestra seleccionada de los programas de formación de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, la investigación nos conduce a resaltar los diferentes aspectos teóricos vinculados al lenguaje audiovisual de los medios de comunicación que están presente en la formación de los futuros educadores y comunicadores en esta casa de estudios. Esto con el propósito de direccionarlos como un eje transversal para el diseño de la propuesta teórica metodológica en educomunicación televisiva.

En este sentido, los resultados de esta primera fase del estudio evidencian que a los estudiantes de educación se les brindan conocimientos generales sobre la comunicación televisiva en el mundo contemporáneo, con el propósito de utilizar este medio como un recurso y complemento didáctico, sin ser el objeto de estudio en sí mismo. Por esta razón, no se identifican estrategias pedagógicas orientadas a enseñar a los futuros docentes a ver la televisión y aprender a realizar lecturas críticas sobre sus

contenidos. A pesar de que se estimula en el docente el aprovechamiento creativo de la televisión, los propósitos siempre están orientados a brindar contenidos específicos académicos más que al análisis de los mensajes de la televisión para propiciar una conciencia sobre las diferentes mediaciones en las cuales se ve involucrado el medio televisivo, el papel que representa este medio en nuestro entorno o para generar propuestas alternativas o creativas por parte de los estudiantes.

Para Pérez Tornero (1997:24) la educación para la televisión debe contemplar varias tareas y enumera entre ellas “la comprensión intelectual del medio, la lectura crítica de sus mensajes y la capacitación para la utilización libre y creativa del medio”. En los programas consultados en la escuela de educación se evidencia que los estudiantes son formados para conocer el lenguaje audiovisual y su significado para el respaldo de los procesos de enseñanza, sin estimular las lecturas críticas y creativas enumeradas por este autor.

Por su parte, al retomar las seis dimensiones de la educación para los medios ejemplificadas por José Martínez de Toda se evidencia que los futuros docentes son aproximados a las dimensiones de los sujetos alfabetizado, consciente y creativo, pero como un eje transversal que no está completamente vinculado al campo televisivo. De esta forma, identificamos en variadas asignaturas como se estudian las teorías de la comunicación y la información, el desarrollo de competencias comunicativas, dimensiones y características de la comunicación humana, las tecnologías de la comunicación y la información al servicio de los procesos de enseñanza y aprendizaje, la psicología social, la sociología educativa, las artes plásticas como capacidad creadora, la expresión verbal, literaria, psicomotriz y musical. Todos estos aspectos confluyen en el escenario necesario para estimular una competencia televisiva desde la perspectiva de la educación para los medios. Sólo se requiere para ello, un diseño articulado y concebido para proveer a los estudiantes de la escuela de educación los recursos necesarios para estimular en ellos y en sus futuros alumnos una

educomunicación televisiva, porque como receptores somos los encargados de dar sentido y significación a los mensajes difundidos.

A partir de los resultados de la consulta de la muestra de los programas de la escuela de educación se hace necesario articular pedagógicamente las mediaciones de la televisión, la investigación sistemática de ella en los procesos de enseñanza formal y no formal, para dejar de visualizar a este medio desde una simple concepción instrumentalista que desconoce la dimensión social y la institucionalización del discursos como un simple medio. Asimismo, profundizar en la influencia ideológica, en el desconocimiento de los factores determinantes y condicionantes de la televisión en la sociedad, métodos para analizar la representatividad del medio y estimular procesos creativos en el discurso audiovisual.

En definitiva, el futuro docente de la Escuela de Educación requiere de contenidos que promuevan un profesional alfabetizado mediáticamente, consciente de los efectos del medio televisivo en la sociedad y en el hecho educativo, activo en la desconstrucción y reconstrucción del significado del medio televisivo, crítico de los contenidos que presenta, social sobre las diversas mediaciones que confluyen con la televisión y creativo para construir una resignificación de los mensajes mediáticos.

En el caso de la Escuela de Comunicación Social, la consulta de la muestra seleccionada de los programas evidencia que los futuros profesionales de la comunicación son preparados en las ciencias de la comunicación y alfabetizados en los lenguajes de la comunicación visual, audiovisual, publicitaria y de relaciones públicas. Esta capacitación es realizada para que el profesional pueda desempeñarse con ética y conocimientos en la dirección y producción de espacios en los diferentes medios de comunicación social.

El futuro profesional de la comunicación es alfabetizado mediáticamente, el cual es entrenado en el lenguaje audiovisual y en su significado, reconociendo los

aspectos generales de la producción mediática, a través de la prensa escrita, la radio, la televisión, el cine y la publicidad. Esta capacitación es realizada para que el profesional pueda desempeñarse con ética y conocimientos en la dirección y producción de espacios en los diferentes medios de comunicación social.

En consonancia, los estudiantes son formados en la sociología de la comunicación de masas, identificándose aspectos básicos para la estimulación del sujeto crítico en la educación para los medios. En este sentido, se identifican en varias asignaturas del departamento de ciencias de la comunicación tópicos sobre la teoría crítica, donde se estudia la ideología, la hegemonía, la alienación, el mito, la representatividad de la realidad, entre otros. Sin embargo, el acercamiento a estos conocimientos desde el departamento de ciencias de la comunicación es completamente teórico, no se estimulan fases prácticas de lectura de la televisión desde las fases connotativas, denotativas y estructurales de sus contenidos.

Desde el departamento de relaciones públicas y publicidad se estimula en una asignatura electiva, el análisis crítico de la publicidad, donde es analizada desde el hecho social, económico, cultural y ético, considerando la reflexión de dos campos: la producción y sus posibles efectos. En el departamento de audiovisuales, también, a través de un programa electivo, se promueve el análisis crítico del cine para el desarrollo de textos periodísticos vinculados a la materia, desde un enfoque psicológico para conocer sus efectos en los procesos socializadores. Las estrategias pedagógicas en estas asignaturas son de carácter teórico y práctico, a través de la visualización de piezas difundidas y la elaboración de reflexiones.

En el campo del medio televisivo, el cual ocupa el objetivo de estudio, se brinda a los estudiantes contenidos generales sobre el lenguaje audiovisual, la empresa de los canales de televisión y se realizan ejercicios prácticos en estudio para la producción de variados géneros periodísticos. Sin embargo, no se evidencian elementos vinculados sobre el análisis de la finalidad pragmática del texto televisivo, reconocimiento de los

niveles temáticos y narrativos de los contenidos que difunde, análisis de los ritmos, estilos y elementos estéticos que contribuyen a crear significados, percibir las relaciones contextuales y cotextuales en la presentación de los contenidos y brindar proposiciones alternativas a través de procesos creativos de producción.

Es por ello, que en las estrategias pedagógicas no se identifican situaciones de diálogo que estimulen la verbalización del visionado de los contenidos televisivos, estrategias de comparación de intertextualidad, confrontación de informaciones y datos, y dinámicas de exploración sobre posibles manipulaciones del medio televisivo. Este escenario, evidencia la carencia que poseen los estudiantes de comunicación social en los programas estudiados para reconocerse como audiencia y productores de los contenidos televisivos y su papel en el desenvolvimiento del binomio educación y comunicación en los procesos de socialización. Sin embargo, la labor adelantada en las asignaturas electivas sobre el análisis crítica de la publicidad o del cine, son fundamentales para relacionarlas con la televisión y desde allí estimular procesos educomunicacionales.

Entrevista grupal o *focus group* a estudiantes de las Escuela de Educación y Comunicación Social de la UCV

En la segunda fase de la investigación se elaboraron dos entrevistas grupales, la primera para los estudiantes de la Escuela de Educación y la segunda para estudiantes de la Escuela de Comunicación Social. Estos encuentros estuvieron orientados a complementar los estudios realizados en la primera fase y así realizar una aproximación desde la visión de los estudiantes de ambas escuelas sobre aspectos relacionados a la educación para los medios, especialmente en el medio televisivo, que son impartidos a través de los programas de formación de cada profesión en la Universidad Central de Venezuela.

En consonancia con el propósito de esta segunda fase de la investigación, las entrevistas grupales estuvieron orientadas a conocer la información que poseen los

estudiantes sobre la visión crítica a partir de los contenidos que son impartidos en sus pensum; estudiar si los estudiantes están al tanto de las labores que se desempeñan en el medio televisivo y los efectos que producen en la sociedad, así como identificar si existía algún grado de interés en los estudiantes de ambas escuelas sobre la lectura crítica de los mensajes transmitidos a través de la televisión. En este sentido, se presentan a continuación los resultados de las entrevistas grupales realizadas. Es de destacar, que el instrumento utilizado para la elaboración de las entrevistas grupales pueden ser consultados en los Apéndices N° 68 y 69, la lista de los participantes en los Apéndices N° 70 y 71, así como las transcripciones de las entrevistas grupales en los Apéndices N° 72 y 73.

Resultados de la entrevista grupal o *focus group* en la Escuela de Educación de la UCV

Los estudiantes de la Escuela de Educación que participaron en la entrevista grupal fueron muy reflexivos sobre el papel de la televisión y como estas empresas comunicacionales apuntan a factores determinantes y condicionantes en la sociedad actual. En este contexto sociocultural se plantearon diferentes tópicos que se aproximaron a la estética propia y autónoma del discurso televisivo, con el interés en la necesaria profundización de los contenidos que difunde este medio cautivador de tantas audiencias.

Partiendo del primer objetivo de la entrevista grupal, se realizó un acercamiento para conocer la información que poseen los estudiantes de la Escuela de Educación sobre la visión crítica a partir de los contenidos impartidos en los programas de la carrera. De esta manera, los participantes expresaron sus puntos de vista sobre si los medios de comunicación social a escala internacional responden a intereses particulares. Al respecto, los estudiantes manifestaron que los medios de comunicación están presentes en las prácticas cotidianas de la sociedad y que muchas de nuestras interacciones son realizadas con ellos y a través de ellos, en consonancia con intereses

económicos, los cuales fueron relacionados con la publicidad. En este aspecto, se destacaron reflexiones sobre el predominio de los comerciales frente a la programación, la cual está dirigida por las características que integran la identidad de los medios.

Una vez reconocido el interés económico de los medios internacionales, plantearon que los aspectos políticos y los grandes intereses de las potencias mundiales también están presentes en la programación de estas empresas comunicacionales. Es así que el medio a través de sus técnicas de repeticiones de contenidos optimiza el logro de los objetivos que se plantean en las audiencias, las cuales desconocen la naturaleza que orienta el quehacer de los medios de comunicación. Los participantes también destacaron en este aspecto que el medio televisivo recurre a provocar a las audiencias a través de todos los sentidos para hacer más contundentes el logro de sus objetivos, y que el diseño de los mensajes dependerá siempre del medio que lo elabore.

Para finalizar sobre este punto, vale destacar la posición de los estudiantes que consideraron como aspectos clave: lo económico y lo político, en los intereses que mueven a los medios internacionales, aquellos que comentaron que siempre el interés es económico aunque este planteado desde los aspectos políticos, porque la meta de los medios de comunicación es siempre ser empresas rentables y autosustentables de la comunicación. De esta manera, reiteraron que los medios ponen de moda los contenidos para responder a supuestas necesidades de los usuarios y así captar audiencias para cumplir con sus metas económicas.

En el ámbito de los posibles intereses a los cuales responde la televisión en Venezuela, los futuros docentes manifestaron una marcada inclinación hacia el aspecto político. Por esta razón, evaluaron sus respuestas dependiendo de la cadena televisiva y las tendencias políticas que orientan sus contenidos. Las reflexiones estuvieron impregnadas de frases como “polarización”, “televisión chavista”, “televisión opositora”, “sistemas políticos” y “contenidos falsos”. Desde esta perspectiva,

consideraron que la televisión se mueve en un sistema político nacional que intenta respaldar las posturas ideológicas de los partidos políticos con la finalidad de garantizar su funcionamiento o rentabilidad.

En este sentido, resaltaron que esta polarización genera en los usuarios rechazo de los contenidos, y que los direcciona a la observación de la televisión internacional. Para los participantes esta situación no es fácil de manejar como televidentes, lo cual hace necesario tener una postura crítica de los contenidos para enfrentar los temas que son difundidos por las variadas tendencias, las cuales intentan, según los entrevistados, modelar actitudes en la sociedad a través de la persuasión. Esta última acotación fue respaldada por más de la mitad de los participantes en la entrevista grupal, quienes a su vez destacaron que dependiendo de la audiencia que posea el medio televisivo se le brinda credibilidad a la propaganda política que difunde.

Un aspecto que subrayaron los entrevistados durante esta discusión es que la Ley Orgánica de Educación plantea la estimulación pedagógica de una lectura crítica de los contenidos que difunden los medios en el país. Sin embargo, a pesar de que es una intención positiva sobre el tema que se abordaba en la entrevista grupal, no se cumple en el escenario educativo. En este contexto, afirmaron su preocupación por los estereotipos que impone la televisión en la sociedad desde los intereses políticos que definen la programación de sus contenidos. Para los participantes, este hecho representa una baja objetividad en el ejercicio comunicacional.

Asimismo, consideraron en un segundo nivel como otro de los intereses que orientan el quehacer de la televisión venezolana es el comercial, que va enlazado con el entretenimiento. Para los consultados, la televisión le brinda especial interés a los programas de farándula para posicionar en sus usuarios imágenes y modelos a seguir.

Posteriormente, la entrevista fue orientada hacia la valoración si la televisión presenta creencias y posturas en la sociedad. Sobre este tópico los comentarios

emitidos por los estudiantes de educación se orientaron a considerar que la televisión efectivamente fomenta en las audiencias modelos o estereotipos para definir lo que puede ser aceptado en la sociedad. Según los participantes la televisión vende valores a las personas y afecta según sus intenciones a los televidentes que no están preparados sobre los propósitos que maneja. Sobre este punto, uno de los entrevistados aseguró que desconfía de la programación de la televisión, porque sus intereses son presentados de forma indirecta, y no todas las audiencias pueden identificar cuáles son sus intenciones reales. Al respecto, mencionaron que sus creencias son presentadas a través de show, dramas, manipulaciones y belleza.

En este mismo orden de ideas, al ser interpelados los participantes sobre si esas creencias, conductas o posturas podrían ser impuestas a través del medio televisivo, su respuesta unánime fue afirmativa. En este escenario, insistieron que no se puede poner en duda que la televisión contribuye en el proceso de imposiciones de conductas y puntos de vista sobre la realidad. Sin embargo, destacaron que la efectividad del propósito de la televisión por imponer tales conductas dependerá de la audiencia que observe los mensajes, porque para ellos los medios si influye en la conducta y actitudes del espectador.

En relación al objetivo de identificar si los estudiantes estaban al tanto de las labores que se desempeñan en el medio televisivo y los efectos que producen en la sociedad se orientó la segunda fase de la entrevista grupal. En este ámbito se les preguntó a los estudiantes si consideraban que el educador posee alguna responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en el medio televisivo. Al respecto, los participantes consideraron que los medios de comunicación deben contar con educadores en su plantilla laboral, porque podrían brindar recomendaciones para optimizar la programación de las televisoras desde el campo educativo y que este hecho podría contribuir con el propósito de vender más a través de la televisión. En este

sentido, el papel del educador está alineado con la intención de brindar elementos para optimizar los contenidos dentro del medio.

En este mismo contexto de la conversación se presentaron opiniones encontradas sobre el anterior planteamiento, por esta razón, los participantes agregaron que el papel del educador está en promover un pensamiento crítico sobre los contenidos que son difundidos por la televisión y no trabajar dentro de la industria televisiva porque es un problema cultural que está ligado a lo económico. Por ello, se planteó que las escuelas deben formar un pensamiento crítico, donde la responsabilidad del educador es motivar al alumno en las diferentes clases a ver de otra forma a la televisión, la música y las redes sociales.

Los entrevistados consideraron oportuno que también los docentes formen en este aspecto a los productores de los contenidos de la televisión porque la publicidad utiliza el escenario escolar para vender productos que no son necesarios o que sencillamente no poseen un real beneficio. Todo ello, con la hipótesis de que con estos procedimientos la producción de los contenidos puede ser de mejor calidad.

Al respecto, al preguntarle a los entrevistados como futuros educadores si asumen una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo, respondieron afirmativamente, pero destacaron que disfrutaban de la compañía de los medios y de algunos de sus contenidos. En este sentido, agregaron que la visión crítica de los medios no sólo debe ser abordada en el salón de clases, sino en diferentes escenarios del ejercicio profesional.

En el campo de cómo valoraban el incentivar en los estudiantes de la escuela de educación a desarrollar una visión crítica de la programación difundida por la televisión lo consideraron como necesario y positivo. De esta forma, brindaron la recomendación de plantearlo como un eje transversal de la formación docente. Otros consideraron que en el caso de no ser posible un eje transversal, se debería estimular

en los primeros semestres de la carrera porque valoran que es mucho más sencillo influir en la mentalidad de los futuros docentes que en los que ya están en pleno ejercicio de la profesión.

En este mismo ítem los estudiantes comentaron que dentro de la Escuela ellos han identificado que algunos docentes han tratado de estimularlos a tener una visión crítica a pesar que no está dentro del contenido de los programas de formación. Al parecer este aspecto depende de los profesores que asumen las asignaturas para estimular un pensamiento crítico. Los entrevistados mencionaron asignaturas tales como: Sociología, sistemas de la información, entre otros.

Para finalizar, se abordó con los participantes en la entrevista grupal el propósito de conocer el interés que despierta en los estudiantes de la escuela de educación el tema de la lectura crítica de los mensajes transmitidos a través de la televisión. En este campo, los estudiantes consideraron que el docente requiere de una visión crítica de la programación televisiva porque este medio se relaciona con el entorno de la escuela. Asimismo, agregaron que la televisión influye en el modelo de sociedad que poseemos y la Ley Orgánica de Educación lo contempla como un aspecto a considerar en el ejercicio profesional.

Asimismo, los participantes expresaron que en la Escuela de Educación le han ofrecido espacios formativos para desarrollar una visión crítica frente a los contenidos que son difundidos por la televisión, pero sin concentrarse completamente a ello. Sin embargo, especificaron que no es realizado de forma exclusiva en los contenidos de los programas de formación y que depende del docente que guíe las asignaturas. De esta manera, identificaron nuevamente algunas experiencias en sociología, sistemas de información, teoría de la comunicación, entre otros.

En definitiva los entrevistados consideraron como positivo que la Escuela de Educación ofrezca a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica

de la programación televisiva. En este sentido, recomendaron que debiera ser un espacio más práctico que teórico, que contemple análisis del discurso, la escenografía y que los ejercicios sean multiplicadores para que vayan a la casa, al hogar y que los estudiantes puedan ver más allá de lo visualizado. Asimismo, se consideró como importante que este escenario brinde herramientas pedagógicas al educador sobre esta disciplina de la educación para los medios.

Resultados de la entrevista grupal o *focus group* en la Escuela de Comunicación Social de la UCV

Los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social que participaron en la entrevista grupal realizaron reflexiones sobre las implicaciones de la televisión en la vida de los ciudadanos y como la televisión crea nuevas formas de comunicación en el mundo, debido a los intereses que maneja y los procesos de mediación en los cuales está involucrada. En el campo de la presente investigación, se le realizaron las mismas preguntas elaboradas a los estudiantes de educación, pero orientadas desde el ejercicio profesional de la comunicación social.

En este contexto para los entrevistados, los medios de comunicación social de forma internacional responden a intereses económicos, por esta razón no se identifican dentro de sus metas primordiales el transmitir exclusivamente programas educativos. En cambio el objetivo es lograr la mayor cantidad de audiencia sin considerar como fundamental contenidos correctos y oportunos. La intención es vender productos, servicios, valores y prototipos sociales sin hacer énfasis en aspectos culturales y en la educación de los niños, niñas y adolescentes.

En este sentido, los participantes reiteraron que los medios de comunicación no muestran interés por transmitir programas que eduquen porque su desenvolvimiento es realizado a partir de los aspectos políticos que enfrentan las naciones donde se desenvuelven como empresa comunicacional.

En este contexto, la entrevista grupal continuó interpelando a los estudiantes sobre si en Venezuela la televisión responde a algún tipo de interés. Al respecto, los participantes manifestaron de forma unánime que el interés que mueve a la televisión venezolana es el aspecto político, desde los programas culturales, sociales, recreativos y económicos. Para ellos, no diferencian algún tipo de tendencia política, todos los canales respaldan a alguna tendencia propagandística y promoción de ideologías. Un solo participante agregó que además de lo político se identifica el interés económico, a través de sus variadas estrategias de ventas y publicidad.

Desde la opinión de estos estudiantes la televisión presenta creencias y posturas de cómo ver la realidad. Por esta razón, ejemplifican que los contenidos de este medio se caracterizan por presentar un alto porcentaje de posturas políticas y representaciones ideológicas para influir en los puntos de vista de la sociedad. Para ellos, es exacerbada la política propagandística que poseen algunos medios en el país, convirtiendo a la televisión en una herramienta constante de adoctrinamiento y forma de ver la vida desde la óptica de algunos partidos políticos. En esta realidad mediática no se garantiza la objetividad en los contenidos y se evidencia la parcialidad en el abordaje de las informaciones para favorecer a una determinada tendencia política.

Las posturas también son promovidas en la televisión según los estudiantes consultados a través de la programación de entretenimiento, donde se identifican contenidos que valoran más lo producido en el extranjero que lo realizado en el país. Asimismo, se manifestaron reflexiones sobre que la televisión ha perdido el foco que debería poseer hacia el televidente y presentan contenidos de baja calidad cargados de vanidad en el deporte, la música, el arte y el espectáculo.

Desde esta perspectiva, los estudiantes consideran que la televisión influye en poner de moda contenidos, creencias y comportamientos a partir de las políticas editoriales que lo dirigen. Por ello, influyen en las conductas y actitudes del espectador, a través de la manipulación que ejercen en las audiencias, la cual no está

completamente preparada en la concepción instrumentalistas y la dimensión semiótica necesaria para la observación consciente del contenido de las plantas televisivas. No obstante, también resaltaron que la televisión trata de influir en el espectador a través de las necesidades que posee por estar informado, manejo del lenguaje, constante repetición y reiteración de mensajes, por la representación que realizan de la sociedad y de la emotividad que puedan poseer por líderes políticos. Adicionalmente, agregaron que la televisión también influye en la conducta o actitudes de las personas cuando realizan omisiones de contenidos informativos para no visibilizar aspectos contrarios a las líneas editoriales.

Asimismo, se evidenció en los comentarios realizados sobre esta temática la insistencia de los estudiantes a asegurar que el Gobierno Nacional posee el poder de la mayoría de los medios televisivos en el país y que esta realidad ha producido que algunos medios no informen por temor a posibles represarías legales.

Para conocer si los estudiantes están al tanto de las labores que se desempeñan en el medio televisivo y los efectos que producen en la sociedad, los estudiantes expresaron que el comunicador social es un recurso humano vital en la producción televisiva. Este profesional contribuye en el fortalecimiento de las creencias, conductas y posibles manipulaciones que se realizan desde este medio. Los participantes comentaron que el comunicador social posee mucha responsabilidad en los contenidos que son difundidos a través de la televisión, en virtud que su desempeño está directamente relacionado con la programación. Esta labor debe caracterizarse por ser equilibrada, no respaldar a posturas políticas, ceñirse a los hechos y no realizar adjetivaciones para teñir de subjetividad el trabajo realizado.

Los participantes continuaron revelando ser simples piezas importantes dentro del medio televisivo para presentarles a los televidentes lo que el dueño del medio quiere ofrecer. Muchos de los participantes expresaron su preocupación sobre la ética necesaria para poder ejercer esta profesión, y las vicisitudes que enfrenta el ejercicio

de la misma en el campo televisivo. Por esta razón, los participantes realizaron comentarios vinculados a la preocupación de que el comunicador sigue la línea editorial de los medios, prestándose a parcialidades políticas y a la autocensura, perdiendo la credibilidad. Estos comentarios reflejan que las opiniones de los participantes estuvieron más orientadas hacia una responsabilidad informativa del comunicador en el hecho televisivo y de visualizarlo como un empleado más de estas empresas de comunicación, siendo imagen y voz de los contenidos que son difundidos.

En consonancia con la preocupación de la ética necesaria para el ejercicio comunicacional, los estudiantes aseguraron que los profesionales en esta área pueden influir en las audiencias. Esta realidad es posible gracias a la participación en la producción de contenidos en los cuales el comunicador ocupa un lugar protagónico, desde el punto de vista de la comunicación verbal y no verbal que ejercen a través de este medio. Los entrevistados destacaron los procesos en los que participan los comunicadores sociales y con los cuales orientan los puntos de vista de las audiencias, tales como la jerarquización de la temática a difundir en la televisión, materialización de la política editorial de los medios, bajos niveles de ética y compromiso con los televidentes, ratificación de estereotipos, posturas ideológicas, exceso de adjetivaciones en los hechos a ser difundidos y baja calidad en las producciones.

En este contexto se les interpeló a los participantes que si como futuros comunicadores sociales asumen una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo. Al respecto, sostuvieron que la visión crítica del medio debe partir desde la educación inicial y no desde la formación universitaria, en consonancia con el contacto que se tiene con la televisión en los procesos de socialización desde los primeros años de vida y durante el desarrollo de las personas. No obstante, manifestaron que la visión crítica en los comunicadores sociales debe ser estimulada desde la producción de contenidos y desde la visión de audiencia para complementar una lectura global, donde se confronte al sujeto receptor de los contenidos y su universo

simbólico con la gama de valores que son transmitidos por las variadas plantas televisiva en el país.

Por esta razón, los consultados consideraron como necesaria la labor de incentivar en los estudiantes de comunicación social una visión crítica en el ejercicio de la profesión porque esta formación garantizará calidad en los contenidos producidos y respeto para las audiencias. Los entrevistados manifestaron durante toda la actividad una preocupación por la ética profesional que cada día es más necesaria en los medios. Por ello, en reiteradas oportunidades reincidían en el tema de los intereses que mueven a las empresas de la comunicación y los vinculaban con tópicos relacionados a la realidad de los acontecimientos que debe reflejar el comunicador, con los puntos de vista para presentar las informaciones y las barreras que impiden el hacer un trabajo comunicacional

Un aspecto que vale destacar, es que los estudiantes platearon que los televidentes deberían conocer los propósitos que definen el desenvolvimiento de las televisoras. Sin embargo, no recomendaron que debe hacer el comunicador que trabaja dentro del medio, al parecer se considera a este profesional como un empleado más del medio televisivo, el cual no tiene derecho a opinar y aportar nuevas ideas para las producciones, sólo sigue las políticas editoriales y no media por su audiencia, a la cual se le debe por ética profesional.

En relación al objetivo de conocer el grado de interés que despierta en los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social el tema de la visión crítica de los mensajes transmitidos a través de la televisión, los estudiantes sostuvieron que es necesaria una lectura crítica en la labor del comunicador, y así garantizar contenidos oportunos para los televidentes. En consonancia con esta percepción, se les preguntó si en la Escuela de Comunicación Social se ofrecen espacios formativos para desarrollar esa visión crítica frente a los contenidos que son difundidos para la televisión. En este punto, los estudiantes sostuvieron que no en su totalidad y que depende de algunas

asignaturas y de las estrategias pedagógicas que platee el profesor. Es este ámbito agregaron, que a pesar de no ser frecuentes estos espacios y tampoco de abordar el tema a profundidad, existen asignaturas que brindan desde las áreas teóricas algunas aristas para la lectura crítica, entre ellas mencionaron: Teoría de la comunicación, sociología de la comunicación, lenguaje publicitario, y televisión II. En esta última asignatura puntualizaron que depende del docente que la dicte porque esta condición define el abordaje de los contenidos a ser impartidos en el programa. Entre las experiencias manifestadas por los estudiantes se enumeraron: El análisis sobre la teoría crítica comunicacional, la historia de la evolución de la comunicación, análisis del discurso publicitario, conversaciones grupales sobre la ética periodística, entre otros.

Para finalizar, los entrevistados consultados calificaron como positivo que la Escuela de Comunicación Social ofreciera a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica de la programación televisiva. No obstante, recomendaron que no debe ser orientado exclusivamente para abordar aspectos teóricos, sino contemplar ejercicios prácticos.

Consideraciones generales

La educación para los medios, en especial el televisivo, requiere del conocimiento teórico y práctico de los ámbitos de intervención de este medio en el desempeño de las profesiones de la educación y comunicación social. Los resultados obtenidos en las entrevistas grupales a estudiantes de estas disciplinas en la Universidad Central de Venezuela aproximaron a la presente investigación a identificar oportunidades para la formulación de recomendaciones que contribuyan a la comprensión intelectual del medio, la lectura crítica de sus mensajes y la capacitación para la utilización libre y creativa del mismo, tópicos destacados por Pérez Tornero (1994:137) en su texto El desafío educativo de la televisión.

Como destaca este autor, la educación televisiva no sólo debe contemplar propósitos pedagógicos de adquisición de saberes técnicos, lo cual representa una faceta básica del proceso. Por ello, se deben analizar los contextos científicos, técnicos, sociales, políticos y hasta económicos en los cuales se desenvuelve la televisión que ofrece constantemente posibilidades de pluralidad, aproximación, individualización, exploración y un constante proceso de interacción en un sistema complejo de comunicación e información. Desde esta visión, los estudiantes que participaron en las entrevistas grupales reflejan dos formas diferentes de formación en aspectos relacionados con el ámbito televisivo. Sin embargo, son escasos los escenarios en los cuales se propicia la lectura crítica de los contenidos de la televisión, donde converjan aspectos teóricos y prácticos para estimular la disciplina.

En la entrevista realizada a los estudiantes de educación se identificaron los siguientes tópicos:

- Son reflexivos al afirmar que deben ser formados en la lectura crítica para ser multiplicadores de esta disciplina a través del ejercicio laboral, según lo establecido en las disposiciones de la Ley Orgánica de Educación. Sin embargo, reconocen que este mandato no es ejecutado.
- Identifican al medio televisivo como un auxiliar didáctico y no se convierte en el ámbito de estudio como contenido. De esta forma, la televisión es visualizada como un recurso que facilita la labor del profesor en el aula.
- Reconocen que la televisión internacional y nacional responde a intereses comerciales y políticos.
- Se evidencian confusiones en términos sobre los variados formatos que presenta la televisión, tales como la publicidad y propaganda, los cuales están directamente vinculados con la comercialización de servicios y productos, así

como de la promoción de tendencias políticas y masificación de ideologías. Asimismo, presentan confusiones con la publicidad institucional o de responsabilidad social. Esta realidad debilita el análisis que puedan realizar frente a estos contenidos audiovisuales.

- Para los participantes el medio televisivo impone formas y estilos de vida, así como creencias a través de estereotipos, influyendo en su desenvolvimiento social. Con estos estereotipos tratan de influir en la forma de vida de la sociedad, para que los consuman e imiten. Haciendo un mundo que no se parece a la realidad, pero que para ser aceptado las personas siguen estas conductas, creencias y patrones físicos. La influencia inicia observando los contenidos de la televisión y el cuándo depende de los usuarios y usuarias de los medios.
- Los participantes consideran que los educadores si poseen responsabilidades frente a los contenidos que son presentados en los medios. En este sentido, visualizan varias líneas de acción de estos profesionales, las cuales se enumeran a continuación: Los educadores deben formar parte de la plantilla laboral de los prestadores de servicios de televisión para contribuir en los contenidos que serán presentados en el prestador de servicio; los educadores desde el escenario de las escuelas deben estimular una visión crítica sobre los contenidos de la televisión en los estudiante; los educadores deben formar sobre una visión crítica a los productores de los contenidos en el medio televisivo.
- Los participantes manifestaron que asumen una visión crítica frente a los contenidos que son observados en la televisión, pero a partir de sus experiencias personales y en algunas oportunidades de conocimientos muy puntuales brindados en la Escuela de Educación.
- Consideraron que a partir de las consecuencias o efectos que poseen los medios de comunicación en la sociedad es necesario que los estudiantes de la Escuela de Educación estén formado sobre una visión crítica frente a la televisión.

- Los participantes consideraron de forma unánime que la labor del educador comprende el estimular en sus estudiantes una visión crítica porque el escenario escolar está involucrado en los efectos que produce la televisión en la sociedad. Además, el tocar el tema de los medios de comunicación en la escuela incentiva el interés de los estudiantes, a los cuales les apasiona esta temática.
- Dentro de la Escuela los participantes manifestaron que se ha tratado de estimular que posean una visión crítica frente a los contenidos de los medios en general, a través de contenidos teóricos más no prácticos, lo cual ha dependido del interés personal de los docentes a pesar que ese contenido no forma parte del programa de la asignatura principalmente. Las asignaturas mencionadas fueron las siguientes: Sociología, Sistemas de Comunicación e información y Lenguaje, pensamiento y comunicación.
- Consideraron como positiva la propuesta de que en la Escuela de Educación se cree un espacio para enseñar a los educadores sobre como estimular una visión crítica frente a la televisión y recomendaron que podría ser de forma transversal en toda la carrera, pero de no poder ser así que la asignatura debería estar al inicio de los estudios de la profesión. Para los participantes una asignatura como esta debe ser principalmente práctica, más que teórica.

Por su parte, en la entrevista realizada a los estudiantes de comunicación social se evidenciaron los siguientes aspectos:

- Afirman que los medios televisivos nacionales e internacionales responden a intereses comerciales y políticos para su funcionamiento.
- Responsabilizan a las empresas televisivas de presentar en sus contenidos creencias y posturas a través de las cuales se visualiza la vida en la sociedad. Asimismo, tratan de imponer estas creencias como forma de credibilidad y rentabilidad del medio.

- Reconocen que como futuros comunicadores sociales poseen responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en los medios. Este papel fue asociado con los procesos inherentes en las áreas de espacios informativos. Los participantes obviaron el resto del abanico de formatos de producción y áreas de la comunicación corporativa en la cual se puede desempeñar el comunicador.
- Consideran que la labor del comunicador en la televisión venezolana está caracterizada por generar el fortalecimiento de ideologías políticas y manipulaciones por parte de profesionales que han dejado de lado sus principios éticos y la importancia del respeto hacia la audiencia.
- Manifiestan su preocupación por productores y conductores de programas de televisión que no son profesionales en ninguna disciplina del conocimiento y ejercen un uso irresponsable del espectro radioeléctrico.
- Expresan que el comunicador influye en la forma de ver la realidad social a través de los contenidos televisivos, los cuales no responden necesariamente a contenidos de calidad sino a las políticas editoriales que los definen.
- Asumen como necesario que los comunicadores posean una visión crítica de la programación televisiva, pero se preguntan cómo poder lograrlo. Por ello, respaldan la necesidad de incentivar desde la formación profesional la educación para la competencia televisiva.
- Califican que la escuela de comunicación social brinda espacios para incentivar la lectura crítica de la televisión desde aspectos teóricos y escasos de sentido práctico, los cuales dependen de las estrategias particulares ejercidas por los docentes en algunos departamentos académicos. Sin embargo, consideran como positivo espacios que permitan incentivar la visión crítica del medio desde la labor comunicacional y como televidentes.

En este sentido, los resultados obtenidos representan un insumo vital para la elaboración de la propuesta teoría metodológica dirigida a la formación de los profesionales de la educación y la comunicación social en la Universidad Central de Venezuela.

Entrevistas a especialistas

En la última fase de la investigación se procedió a la elaboración de seis (6) entrevistas semiestructuradas a especialistas en aspectos teóricos y prácticos a ser considerados en el diseño de la propuesta metodológica del presente trabajo de investigación en el campo de la educomunicación televisiva para la estimulación de esta disciplina en la formación profesional de los educadores y comunicadores sociales de las respectivas Escuelas de la Universidad Central de Venezuela. En este sentido, se abordaron tres visiones generales que se explican a continuación, las cuales fueron ejecutadas durante el 2015 y 2016.

Entrevistas visión internacionales

En la visión internacional fueron entrevistados los especialistas en educomunicación Guillermo Orozco y Darwin Franco, con el objetivo de conocer la visión que actualmente se está desarrollando en su país en los aspectos de la educomunicación televisiva y que pueden ser consideradas para la formación de los futuros educadores y comunicadores en nuestro país.

Ambos educomunicadores desempeñan funciones en México y el cuestionario aplicado (Apéndice N° 74) fue diseñado para conocer desde sus perspectivas en qué consiste la educomunicación actualmente y la importancia de esta disciplina en el desempeño profesional de los educadores y comunicadores sociales. Las entrevistas completas pueden ser consultadas en los apéndices N° 77 y 78.

En este sentido, ambos especialistas coincide en la concepción que poseen sobre la educomunicación, cuya disciplina debe ser considerada desde la visión de Orozco

como un tipo de educación que debe tener como objeto la comunicación en todos sus momentos, formatos y productos. Por esta razón, su aplicación se involucra con la producción de sus contenidos, emisión, transmisión, recepción, interacción, pero sobretodo en las implicaciones que poseen los medios de comunicación en el intercambio sociocultural. Por su parte, Franco puntualiza que la educomunicación pone en el centro del proceso educativo todas las prácticas que suceden con y a través de las diversas pantallas con las cuales los ciudadanos interactúan de forma cotidiana.

Por esta razón, Franco concluye la respuesta a esta pregunta afirmando que: “La educomunicación es en sí misma una orientación teórica pero también una metodología práctica al estar situada en el hacer-saber y no sólo en el hacer-hacer, ya que no se trata únicamente de una enseñanza de los medios sino de una apropiación crítica y creativa de ellos”.

En la actualidad se continúa avanzando en propuestas teóricas y prácticas para el ejercicio de la educomunicación. Sobre este ámbito, Franco aseveró que no hay modelos predeterminados, ni reglas generales para la aplicación de la educación para los medios, pero si una condición básica, la cual consiste en “el reconocimiento de las necesidad y potencialidades de los sujetos con los que se pretende trabajar”. Esta condición es básica en virtud que la educomunicación no parte de la imposición sino del diálogo y el reconocimiento del propósito del aprendizaje. “Pensar en trabajar con la televisión dependerá no del medio sino de las necesidades de las personas con las que se trabajará y el reconocimiento de que la televisión no refleja la realidad: la produce”, expresó el especialista.

Orozco sobre las estrategias para fomentar la educación para los medios recomienda el “desarrollo e implementación de un currículo de alfabetización mediática e informacional tanto para maestros como para estudiantes”. A diferencia del anterior especialista, Orozco considera vital involucrar en el proceso de la educación para los medios a los padres como núcleo familiar, diseñándoles también un currículo dirigido a ellos. Esta recomendación la realiza al evaluar como necesario en el proceso

de la educomunicación el entorno social en el cual se desenvuelve el estudiante. Para concluir, recomienda actividades lúdicas, tales como el juego y desafíos para explorar el ámbito mediático.

En el marco de los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educucomunicativas especialmente para la televisión, Orozco concentra su atención en “los tipos de acceso, las forma de apropiación, consumo, el tipo de contenidos a usar, las variaciones y modalidades de las audiencias a participar”. Sin embargo, concluye que se debe prestar especial atención a las mediaciones de que son objeto cada sector de la audiencia.

En este mismo ámbito, Franco agrega que todo lo relacionado con la producción de la realidad por parte de los medios debe ser contemplado para el diseño de las estrategias educucomunicativas. Para este autor es importante el proceso de las representaciones “y sentidos vinculados no sólo a personas sino también a hechos y sucesos. No obstante coincide con Orozco al plantear que “una estrategia educucomunicativa parte de las necesidades de las personas y son ella –junto con el guía o tutor – las que deben construir sus estrategias para revertir sus políticas mediáticas”.

Al ser consultados los especialistas sobre si los futuros educadores del país requieren ser capacitados en la disciplina de la educomunicación, la respuesta fue afirmativa. Orozco, señaló que es fundamental su implementación y destacó que “la alfabetización múltiple hoy en día es algo imprescindible en cualquier proceso educativo. Por ello, todos los maestros deben contar con elementos básicos de la comunicación y la educación para que pueden verse como dos aspectos de un mismo proceso”.

Franco destacó en este último aspecto, que “la alfabetización mediática informacional debe formar parte de la educación básica, ya que la actual condición comunicante que vivimos hace necesario que este tipo de educación se imparta en las escuelas no como una materia secundaria sino como una materia central, ya que hoy

las interacciones con las pantallas domina el grueso de las prácticas sociales de niños y jóvenes”.

Desde el punto de vista de los comunicadores sociales, los especialistas consideran que también deben ser formados en la disciplina de la educomunicación. Orozco lo reafirma sosteniendo que sería un escenario ideal, pero que “dependerá en buena medida del perfil del comunicador social, pero dado el contexto y momento histórico que vive Venezuela, donde hay censura creciente de las instituciones y medios de comunicación, capacitarse en educomunicación es una tarea importante para la formación ciudadana y todo profesional debería saber algo de ella”.

En relación a los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores, Franco destaca que el actual proceso de globalización mediatizadora le exige a esta disciplina “trabajar sobre algunos preceptos teóricos-prácticos para entender que la convergencia más que un cambio tecnológico es una práctica cultural que sucede no en las tecnologías sino en el cerebro de las audiencias/usuarios, como lo sugiere Henry Jenkins”.

Este mismo especialista agrega que en la educomunicación se debe “trabajar y entender conceptos teóricos como cultura participativa, inteligencia colectiva, narrativa transmedia, mediatización y condición comunicacional, estos conceptos no son únicamente teóricos sino inminentemente prácticos, ya que suponen analizar los procesos culturales alrededor de las tecnologías, lo cual supera las visiones deterministas que consideran a las tecnologías el centro de la actual efervescencia tecnológico-digital”. La visión de Franco concibe a la educomunicación en un proceso concentrado “en la apropiación social/individual del usuario”.

No obstante, para responder a esta pregunta Orozco realiza la siguiente aclaratoria: “Educar no es solamente instruir. Educar es explorar”. Por esta razón, este especialista sostiene que “hoy en día no es la enseñanza sino el aprendizaje quien comanda el proceso educativo. No es la doctrina, sino el descubrimiento el que produce

aprendizaje”. De esta forma, reitera la necesaria estrategia lúdica de la educomunicación para explorar con los televisores encendidos, nunca apagados, con el propósito de provocar el diálogo y producir algún aprendizaje con experiencias significativas para los estudiantes y para la sociedad en su conjunto.

Desde el aspecto de los postulados teóricos y prácticos de la disciplina de la educomunicación, pero dirigidas a los futuros comunicadores sociales, Orozco destaca aspectos para lograr democráticamente los cambios sociales necesarios, considerando a la comunicación como clave para existir y para funcionar como ciudadanos. En este sentido, resalta conceptos como el ciudadano solidario y crítico que se convierte en comunicador, “pasando así de simple receptor pasivo a emisor activo (...) capaces de construir nuestros discursos y ponerlos a circular”.

Sin embargo, surge la incertidumbre de cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a estudiantes de educación y comunicación social. Al respecto, Franco explica que primero se debe entender que ya no es posible dejar de hablar de educomunicación, con el objetivo de evitar discusiones estériles sobre si los medios pueden educar o no. Es decir, este especialista reconoce que la escuela ya no es el epicentro de los aprendizajes y enseñanzas de las nuevas generaciones. Por ello, concluye explicando que “si entendemos esto y superamos la visión hegemónica de la educación (centrada en la escuela) podemos pensar que será posible mirar el horizonte que nos ofrece la educomunicación, la cual no es una disciplina que suplantarán a la educación, al contrario, es y debe ser una área del saber que la complementa y potencialice al ofrecer la posibilidad de pensar a la educación desde la comunicación”.

Para Orozco, la tarea debe estar orientada a convencer a los estudiantes de educación y a todos los educadores que no pueden vivir de espaldas a los medios. “La educación se realiza frente a las pantallas, en la calle, en el patio de recreo de las escuelas, no en el salón de clases. Ahí se instruye en un contenido rancio que no sirve

más para enfrentar la vida, ni la profesión. Eso es lo que se debe inculcar a los educadores”.

Este mismo especialista recomienda como estrategias dirigidas a los comunicadores sociales ser conscientes de la importancia de los medios de comunicación y de los procesos de comunicación en la vida cotidiana de los estudiantes. Para ello, explica que “tendrán que desarrollar la habilidad para detectar las exclusiones en la información que se transmite en las pantallas, también hacer evidentes los estereotipos presentados, la censura y sobre todo los atropellos de quienes detentan los medios a los derechos a la comunicación de todos los ciudadanos-audiencias”.

Entrevistas visión nacional

En esta fase se elaboraron dos entrevistas a comunicadores sociales con conocimientos en las disciplinas de la educación para los medios, la comunicación social, la docencia y la producción para la televisión. En este sentido, los especialistas entrevistados fueron los siguientes: Bernardino Herrera (Apéndice N° 79) y William Bracamonte (Apéndice N° 80). Ambos poseen años de experiencias en el campo comunicacional, se han desempeñado como productores audiovisuales, profesores de la Escuela de Comunicación Social de la UCV en los departamentos de ciencias de la comunicación y televisión.

Para Herrera, la educomunicación puede ser considerada como un conjunto de teorías sobre la naturaleza de la comunicación que permiten mejorar el desempeño del sistema educativo, a través de estrategias, métodos y técnicas que posibilitan su potencial. Por su parte Bracamonte, destaca que esta disciplina posee una estrecha relación entre la comunicación y la educación en virtud de las diferentes mediaciones que ofrecen las tecnologías de la comunicación y la información. A pesar que afirma que son variados los términos utilizados para mencionarla su objetivo clave es la

alfabetización mediática. De esta manera, sostiene que “se trata de una interdisciplinariedad llevada a su máximo expresión en la que las ciencias de la educación y las de la comunicación tradicionales se coadyuvan con las modernas tecnologías de la comunicación y la información en una dialéctica combinación en el proceso de formación de las nuevas generaciones”.

Sobre las estrategias más conocidas en la actualidad para fomentar la educomunicación este mismo especialista destaca la necesidad de un nuevo enfoque global cada vez más dinámico del proceso enseñanza-aprendizaje, donde deben estar presentes principios de “relacionalidad y dialogicidad”. Herrera sin embargo, destaca las experiencias de “El Nacional en el aula” y los programas de investigación que adelanta el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), donde se contemplan prácticas educomunicativas. Al respecto, resalta que el Estado debería ser el principal promotor de la lectura crítica de los medios y las universidades contar con mayor disposición y receptividad para desarrollar programas bajos esta línea de investigación.

Este mismo especialista al ser consultado sobre si actualmente conoce sobre proyectos educomunicativos que se estén desarrollando en el país, manifestó una negativa al respecto. La razón que “no se puede llamar educomunicación al programa de Guerrilla Comunicacional, ni a la entrega masiva de canaimitas. La primera, porque el adoctrinamiento político y culto a la personalidad no se encuentra entre los argumentos teóricos de la educomunicación. Y la segunda, porque las tecnologías son herramientas cuya presencia no bastan, ni son suficientes para desarrollar programas educomunicativos. Es preciso un plan más complejo donde la participación creativa de los educandos son el sujeto principal del programa”.

En este sentido, desde sus experiencia y considerando la situación mediática que vive el país, Bracamonte señala algunos aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas, tales como, “la diseminación de contenidos

con propósitos éticos y morales que atenúen la confrontación y polarización y que, al mismo tiempo exalten valores relacionados con la convivencia y la tolerancia en pos de alcanzar un clima de entendimiento democrático entre las fuerzas en pugna”.

Sobre este ámbito, Herrera enumera tres etapas que deben ser abordadas por la disciplina de la educomunicación. “La primera es adoptar un enfoque de uso creativo de los medios, que ha ganado más consenso internacional, y de mayor éxito en experiencia de aulas, como herramientas para docentes y hasta en aulas experimentales, donde los educandos producen contenidos”. En esta explicación se aprecia el necesario reconocimiento sobre los avances de la disciplina a nivel internacional y el desarrollo de la creatividad de los estudiantes.

En consonancia con la antes expuesto Herrera enumera en segundo lugar una etapa de “orientar la producción de medios en audiovisuales hacia el apoyo a la escuelas”. En este sentido, realiza un cuestionamiento sobre los gastos generados en cine de autor con bajas audiencias en contraste con las escasas opciones que poseen los maestros o profesores para reforzar los programas educativos.

Y para cerrar este aspecto, este especialista enumera un tercer lugar, donde expresa la necesidad de “promover reformas educativas para incluir la educomunicación como parte de la educación formal, dado que se ha demostrado que los educandos que viven experiencias educomunicativas suelen tener mejor desempeño escolar, son mejores lectores, mejores consumidores de contenidos”.

Con relación a sobre la necesidad de los futuros educadores del país en ser formados en la disciplina educomunicativa, Bracamonte resalta que los educadores deben estar en consonancia con corrientes de la pedagogía donde se estimule el constructivismo, a través del proceso de enseñanza aprendizaje para la construcción en colectivo del conocimiento de su propia realidad. No obstante, Herrera ratifica que los educadores deben ser formados en esta disciplina, “incluir conceptos en la formación

docente, en la de los comunicadores, en los artistas de artes vinculados con los audiovisuales y en todas aquellas especialidades cuyos contenidos pueden ser parte de la educomunicación”.

Naturalmente, así como los especialistas consideran que los educadores deben ser formados en el campo de la educación para los medios, los comunicadores no se quedan atrás. Bernardino lo cataloga como un “paso cualitativo que debe dar la comunicación como profesión”. En este aspecto, expresa que la “nueva comunicación requiere que el comunicador sea un agente esencial de la sociedad del conocimiento, convirtiendo su trabajo, además de informar en fuente de educación y aprendizaje permanente”.

Bracamonte considera que dentro los postulados teóricos y prácticos que pueden ser considerados para la educación para los medios dirigida a educadores y comunicadores sociales se encuentran: “La Teoría de la Pedagogía Educativa de Gutiérrez (1989), La Pedagogía de la Comunicación de Kaplún (1998), La Teoría de la Comunicación Educativa de Sierra (2000), la Teoría de la Mediación Social de Barbero (2002) y la de Orozco (2001), entre otros importantes autores que han brindado su valioso aporte al tema de la Educomunicación”.

Al respecto Herrera enumera tres pasos sobre los postulados teóricos y prácticos que deben ser tomados en cuenta para brindar a los educadores y comunicadores sociales herramientas educomunicativas. “El primero, el del uso creativo, que consiste en convertir a los medios masivos en aliados de la educación básica. El segundo concepto teórico, el concebir la comunicación como la combinación de tres conceptos inseparables: información, como nube de datos; saber, como la capacidad de cada persona para procesar la información; y conocimiento, la capacidad de aplicar el saber para resolver problemas y modificar la realidad. Y tercero, convertir las herramientas de la comunicación en aliadas de la educación, que debe concentrarse en fortalecer los sistemas de saber y conocimiento, de acuerdo con los conceptos anteriores”.

Para concluir, Herrera describe también en tres aspectos cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación y comunicación social de la universidad central de Venezuela. “Lo primero, superar la idea del Estado docente como monopolio gubernamental de los contenidos educativos, ya que siempre se verá en obsolescencia respecto a la velocidad de renovación de los contenidos que circulan en los medios. Segundo, entender que cada vez es más inviable la educación tradicional, sobre todo a nivel universitario, por lo que es inevitable adoptar herramientas educomunicativas que permitan mejorar el desempeño estudiantil y profesional. Tercero, las universidades deben ser los proponente intelectuales y evaluadores de las políticas de educación para los medios a implementarse en el sistema educativo formal del país”.

Bracamonte sobre este tema enumero tres dificultades que enfrentaría el proceso de enseñanza aprendizaje con una visión educomunicativa para los docentes y comunicadores sociales de la UCV, las cuales se enumeran a continuación:

“a) La carencia del recurso material que tiene que ver con una adecuada dotación de los insumos tecnológicos apropiados y suficientes (hardware y software) para lograr resultados globales y no aislados entre las diferentes escuelas de todas nuestras facultades.

b) La deficiente formación del docente en el campo de las diferentes corrientes y teorías pedagógicas modernas ajustadas a las necesidades de las realidades actuales. Sin ánimo de desconocer los méritos alcanzados por el conductismo tradicional en el campo de la educación es menester reconocer que los talleres, cursos y/o seminarios que se les dicta a nuestros profesores conocidos como “componentes docentes” no son suficientes para dotar al profesional de las herramientas teóricas y metodológicas relacionadas con el Constructivismo. Por supuesto que están exentos de esta apreciación aquellos colegas cuyo perfil académico sea producto del haber cursado bien sea, en nuestra Escuela de Educación o de un Instituto Pedagógico o que a través de iniciativa particular hayan

cultivado las prácticas, técnicas y saberes correspondientes a la aplicación de las estrategias metodológicas especializadas en la transmisión del o de los conocimientos correspondientes al área de su competencia.

c) Y la tercera como producto de las dos anteriores la ausencia de una Estrategia Administrativa y Metodológica concebida y diseñada para lograr los fines arriba señalados”.

Entrevistas visión educativa

En la tercera y última fase de las entrevistas a especialistas se realizó un acercamiento a dos profesionales en el área del diseño de estrategias pedagógicas que desempeñan funciones vinculadas al diseño del currículo en la UCV y a la coordinación de la maestría en educación, mención tecnologías de la información y la comunicación. Las entrevistadas fueron: Marina Polo (Apéndice N° 81) y Ruth Díaz Bello (Apéndice N° 82).

Para Díaz, la educomunicación es concebida “como una iniciativa para explorar las posibilidades de hacer uso de manera crítica de los medios de comunicación de masas en la educación”. Puntualiza que desde su perspectiva la educación para los medios se concentra en su mayoría en los procesos de lectura crítica de los medios. Por su parte, para Polo la educomunicación está más relacionada a un concepto multidisciplinar que aborda dos aspectos socioculturales, como son la educación y la comunicación.

Como docentes, las especialistas fueron consultadas sobre si la labor de los educadores requiere de una visión educomunicativa. Al respecto, Polo considera que el “hecho educativo es esencialmente comunicativo”, por lo tanto son “dos procesos que van agarrados de la mano desde el proceso de aprendizaje”. En consonancia con esta concepción, Díaz sostiene que se requiere de una visión más amplia de lo que son los medios de comunicación, los cuales representan el inicio del enfoque

educomunicativo, para ello es necesario ver el abanico de posibilidades que ofrece el internet, los dispositivos móviles y del cambio de vida que ellos han generados en cuento a la oferta de los servicios que ofrecen.

En este sentido, Díaz destaca que desde su perspectiva “es necesario conocer cómo las TIC están transformando el mundo que conocemos desde las dimensiones productivas, de socialización y de difusión y producción del conocimiento. En ese escenario la visión educomunicativa es una oportunidad, pero creo que el escenario es mucho más amplio y complejo que la sola visión educomunicativa”.

En este mismo orden de ideas, Díaz considera que es importante que la labor de los comunicadores sociales requiera de una visión educomunicativa, sin embargo, representa una opción, pero no la única. Por ello, sostiene que desde su “perspectiva como educadora, considera que a los comunicadores se les debe acercar al espacio de la educación como parte de la responsabilidad social que cada ciudadano debe tener en el ejercicio de su profesión de manera responsable y orientada al servicio”. De esta manera, Díaz destaca “que es importante que cada disciplina comprenda su acción desde la educación, desde allí se puede aportar en la formación de un individuo y un ciudadano capaz de hacer prevención e innovación desde una perspectiva informada. Este tipo de experiencia formativa siempre irá integrando otras disciplinas y permitirá la construcción de propuestas integradoras”.

Polo contempla dentro de este ámbito es necesario que los comunicadores sociales sean formados en esta disciplina en consonancia de que la información, los saberes y las funciones que ejerce este profesional son educativas. Esta especialista también califica como formidable que la escuela de educación y comunicación social de la UCV ofrezcan a sus estudiantes estrategias pedagógicas educomunicativas durante su formación. Para la entrevistada, “el intercambio de las disciplinas y la creación de conocimientos mutuos es el ideal. “La interdisciplinariedad como acción educativa”.

Sobre este último aspecto, Díaz califica esta posibilidad de formación educocomunicativa como una oportunidad, en virtud que en algún momento se ofrecieron materias electivas asociadas a la educocomunicación, sin embargo, en la actualidad desconoce si se han seguido desarrollado estos enfoques en la Escuela de Educación. No obstante manifiesta que “desde la perspectiva de las TIC en la Educación la asignatura “Informática y Educación” se orienta más a la comprensión del cambio en las diferentes dimensiones de la vida del ser humano a los cuales la educación debe responder para formar un individuo capaz de responder de manera idónea a la diversidad de escenarios que pueden generarse en este proceso de cambio permanente, favoreciendo el desarrollo de recursos didácticos innovadores. Ello implica entre otras cosas manejar el enfoque de la pedagogía crítica, pero no se centra en el enfoque educocomunicativo de manera exclusiva. Creo que el espacio para el desarrollo de estrategias pedagógicas educocomunicativas es posible en el amplio espectro de las asignaturas electivas, si los estudiantes deciden orientarse por ese enfoque particular”. También Díaz agrega que se puede discutir el tema de educocomunicación en asignaturas como “Lengua y Comunicación” e “Informativa y Educación” y en “Diseño, producción y evaluación de medios”.

En cambio Polo, desde su perspectiva, considera que Comunicación y Didáctica serían las asignaturas del pensum de estudios de educación más viables para estimular la disciplina educocomunicativa en los estudiantes de esta profesión. Adicionalmente desde su punto de vista, especifica que las estrategias pedagógicas para estimular una visión educocomunicativa dirigida a los estudiantes de educación en la UCV se debe caracterizar por desarrollar estrategias en las áreas cognitivas, creativas, éticas y estéticas. Por el contrario, Díaz considera “que no se debe estimular una visión educocomunicativa, creo que debe darse a conocer como parte del proceso de comprender la diversidad de acercamientos que existen sobre los medios de comunicación y la información en la sociedad actual”.

Para concluir, Polo considera que las estrategias pedagógicas para estimular la visión educomunicativas para los estudiantes de educación y comunicación social de la UCV deberán ser creadas de acuerdo a los intereses de los estudiantes. Adicionalmente, para que estas estrategias sean de fácil aplicación para los docentes universitarios en la formación de futuros educadores y comunicadores sociales egresados de esta casa de estudios se considera que “deben estar fundamentadas en los problemas del mundo, la defensa de los derechos humanos, la ecología de nuestro planeta tierra, la meta de la paz, la libertad de expresión y el respeto de la comunicación hacia los otros, el alter y la comunicación”.

Consideraciones generales

Una vez analizados los resultados de las entrevistas a los especialistas consultados es necesario reflexionar sobre los siguientes aspectos que contribuirán como insumos en el diseño de la propuesta teórica metodológica del presente trabajo de investigación:

- La educomunicación debe ser considerada como una disciplina que comprende mucho más que un simple método de análisis de los contenidos que son difundidos por los medios de comunicación. De esta manera, se relaciona con todos los procesos que envuelven a los medios, desde la estructura y funcionamiento de la empresa comunicacional, pasando por el desarrollo de las ideas, la producción de sus contenidos, la difusión y su relación con las audiencias en un entorno social. Por esta razón, la educomunicación no puede considerarse como un método aislado en los procesos educativos y debe tomar en consideración el entorno de los estudiantes que formar parte de su aplicación.
- La educomunicación es una interdisciplina que conjuga desde puntos de encuentros teóricos y prácticos aspectos de la educación y la comunicación, con el propósito de comprender a los medios y las diferentes mediaciones que genera en un mundo cada vez más intervenido por las comunicaciones.

- Para los especialistas la educomunicación auspicia la formación de participantes alfabetizados, conscientes, activos, críticos, sociales, pero sobre todo creativos de los contenidos que son presentados en los medios. Es por ello, que sus estrategias deben estar direccionadas a estimular a través de un pensamiento crítico y hasta lateral una lectura diferente de los medios y las mediaciones que se desarrollan como sociedad con ellos. La audiencia por esta razón debe de dejar de ser pasiva para convertirse en seres activos frente a las representaciones de la realidad que son difundidos por los medios de comunicación social.
- En este contexto, es necesario en la práctica de la educomunicación problematizar y socializar el conocimiento sobre los medios de comunicación social y su influencia en el proceso de las mediaciones que genera. No obstante, para poder materializarlo deberá contemplar y fortalecer los procesos de diálogos interdisciplinarios entre la educación y la comunicación como estrategia base para el acercamiento a los medios. Adicionalmente, se deben considerar las experiencias que posean los estudiantes con los medios como aspectos vitales en el proceso de la aplicación de la educación para los medios.
- Las estrategias deben estar dirigidas a estimular una autonomía crítica de los contenidos de los medios, donde el educando pueda valerse por sí mismo en diferentes escenarios donde influya el medio de comunicación.
- Convertir las herramientas de la comunicación en aliadas de la educación, que debe concentrarse en fortalecer los sistemas de saber y conocimiento.
- La educación para los medios debe ser presentada a los futuros profesionales de la educación y la comunicación social que son formados en la Universidad Central de Venezuela como una interdisciplina que contempla puntos de vistas teóricos y prácticos del campo educativo y comunicacional para generar

espacios que permitan comprender los contenidos que son difundidos por los medios y las mediaciones que producen en la sociedad.

- Es necesario que los futuros educadores y comunicadores sean formados en la disciplina de la educomunicación para que sean conscientes que su interacción con los medios se encuentra influida por las diversas mediaciones que producen en la sociedad. De esta manera, se formarán más audiencias conscientes de los contenidos de la industria del entretenimiento.
- La educomunicación debe ser aplicada en los estudiantes de comunicación social y educación de la UCV considerando aspectos básicos del aprendizaje constructivista y significativo. Las estrategias de aprendizaje deben responder a las necesidades de los estudiantes para conocer el funcionamiento de los medios, comprender su naturaleza, el manejo de las emociones y prejuicios en las constantes representaciones de la realidad que difunde.
- Se deben utilizar estrategias lúdicas, a través de juegos que promuevan la lectura crítica de los medios, la libertad de expresión, la tolerancia hacia el otro, el respeto y sobre todo la ética en el ejercicio de las profesiones de la educación y la comunicación social.
- La práctica de la educomunicación en el escenario de las escuelas de comunicación social y educación pueden ser relacionadas con los contenidos de otras asignaturas ya presentes en el pensum de estudio, tales como, comunicación y lenguaje, sistemas de información, didáctica, informativa y educación, diseño, producción y evaluación de medios, entre otros.
- Orientar la producción de medios en audiovisuales hacia el apoyo a las escuelas.
- Los futuros comunicadores deberán desarrollar la habilidad para detectar las exclusiones en la información que se transmite en las pantallas, también hacer

evidentes los estereotipos presentados, la censura y sobre todo los atropellos de quienes detentan los medios de comunicación.

- La tarea de la educomunicación debe estar orientada a convencer a los estudiantes de educación y a todos los educadores que no se puede vivir de espaldas a los medios.
- Hay que ser consciente que educar no es solamente instruir, la educación también contempla explorar. De esta manera, se concluye que no es la enseñanza sino el aprendizaje quien comanda el proceso educativo, a través del descubrimiento.

CAPÍTULO V

**Propuesta teórica metodológica en educomunicación
televisiva dirigida a estudiantes de las Escuelas de
Educación y Comunicación Social de la Universidad Central
de Venezuela**

CAPÍTULO V

Propuesta teórica metodológica en educomunicación televisiva

Contexto para el diseño de la propuesta

La presente propuesta teórica metodológica en educación para los medios, en especial el televisivo, dirigida a los estudiantes de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela constituye un material para la enseñanza que presenta contenidos y estrategias para estimular en los futuros profesionales procesos de reflexión y análisis para la lectura crítica y creativa del medio televisivo.

En este sentido, la propuesta configura propósitos de aprendizaje a través de la organización de contenidos sugeridos, secuencias de actividades y técnicas de trabajo planteadas en un espacio y tiempo. Es oportuno, destacar que el presente material didáctico está orientado a convertirse en un instrumento que respalde la labor del profesorado en ambas escuelas para dar respuesta a la necesidad de la educación para los medios en los programas de formación.

Por esta razón, la propuesta está dividida en dos partes, la primera dedicada a la Escuela de Educación, y la segunda parte dedicada a la Escuela de Comunicación Social, en virtud que a partir de los resultados obtenidos en los estudios realizados anteriormente se identificaron requerimientos diferentes, desde los perfiles de los egresados en ambas profesiones, contenidos en los cuales son formados y campos de acción en el ejercicio de la docencia y la comunicación social. Desde esta perspectiva, se diseñó el piloto de la propuesta teórica metodológica, la cual contempla no solo áreas teóricas sobre la educomunicación, sino que presenta procedimientos que hacen explícito la estimulación en los estudiantes de estas profesiones la lectura crítica del medio televisivo, valorando el pensamiento reflexivo para evitar prácticas de criticidad desde la repetición de puntos de vistas preestablecidos (Masterman, 1993:32).

La propuesta constituye un material curricular que permitirá desarrollar un proceso de enseñanza y aprendizaje adecuado a los nuevos tiempos de la sociedad actual y el papel que representa la televisión en esta realidad, para la comprensión crítica del entorno que le rodea a los estudiantes para promover la capacidad autónoma de creación.

En este sentido, según Zabala (1995:173) se entiende por materiales curriculares aquellos instrumentos y medios que proporcionan al educador pautas y criterios para la toma de decisiones, tanto en la planificación como en la intervención en el proceso de enseñanza/aprendizaje y en su evaluación. Por su parte, para Guerra (1991:29) los materiales didácticos pueden ser considerados como diferentes herramientas que utilizan los profesores y los alumnos en el desarrollo del aprendizaje, los cuales pueden ser globalizados, articulantes y orientadores de todo este proceso educativo. Cabero (1994:119) complementa estas definiciones puntualizando que los materiales para la enseñanza propician habilidades cognitivas en los sujetos, en un contexto determinado, facilitando y estimulando la intervención mediada sobre la realidad, la captación y comprensión de la información por parte de los alumnos.

El uso de los materiales curriculares, puntualizados por Parcerisa (1996:32), y elaborados a partir de los trabajos realizados por Zabala, Gimeno y Samarrona, se caracterizan por contribuir en la organización de los contenidos a ser impartidos, en las diferentes secuencias y etapas de las actividades a ejecutar, las posibles técnicas de trabajo individual y grupal que pueden realizar los estudiantes y la organización del proceso de enseñanza y aprendizaje en un espacio y tiempo. De esta manera, este mismo autor enumera dentro de las funciones de los materiales en la enseñanza, las siguientes:

- Motivadora. Contemplando estrategias de captación de interés y atención en los estudiantes, a través de actividades significativas y sugerentes.
- Innovadora. Considera la incorporación de materiales de enseñanza que deben aportar procesos estructurales innovadores.

- Estructuradora de la realidad. Presenta una realidad a conocer.
- Configuradora y mediadora de las relaciones entre los alumnos y materiales.
- Controladora a través de los contenidos a enseñar.
- Solicitadora porque los materiales contemplan una guía metodológica condicionante de la actividad docente.
- Formativa porque sus propósitos inciden en los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- De depósito del método, a través del condicionamiento de la profesionalidad del docente.

Para complementar estas funciones citamos a Blázquez (1994:515), el cual considera que los materiales son transmisores de información y medios de adquisición de conocimientos, así como guías para el docente de los contenidos y el orden a ser impartidos, como uno de los elementos base del desarrollo concreto del currículo.

Al respecto, la presente propuesta metodológica tiene como funciones varios de los aspectos mencionados por los autores anteriormente. En este sentido, se resumen a continuación:

- **Formativa.** El objetivo general de la propuesta está orientada a que los estudiantes de educación y comunicación social de la UCV adquieran conocimientos teóricos prácticos sobre el ámbito de la educación para los medios para que generen su propia configuración del mundo televisivo desde la lectura crítica y creativa de sus mensajes.
- **Innovadora:** La concepción de la propuesta es innovadora en el país porque actualmente no existen materiales curriculares dirigidos a los profesores de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la Universidad Central de Venezuela para estimular desde un planteamiento didáctico la lectura crítica de la televisión en el campo de la formación de pregrado para estas dos disciplinas del saber.

- Estructurada. La propuesta presenta una estructura teórica y metodológica para la promoción de la lectura crítica de la televisión para estimular alternativas creativas ante la influencia de este medio en el desarrollo social. Sin embargo, la propuesta, establece pautas abiertas y flexibles en varias de sus actividades, donde el docente es el responsable de guiarlas a partir de los contextos de experiencias que posean los estudiantes.
- Mediadora. El diseño de la propuesta fue concebida para estimular en los estudiantes de ambas Escuelas el análisis reflexivo del ámbito televisivo, el cual debe partir del contexto de los estudiantes para estimular un proceso dialógico de educación y comunicación en beneficio de los sectores objetivos de estas profesiones (audiencias y alumnos). Por ello, la propuesta se caracteriza por ser contextualizada a través de pautas y actividades individuales y grupales de análisis sobre aspectos vinculados con el medio televisivo.
- Motivadora. El propósito de la propuesta es estimular desde el aprendizaje motivacional y constructivista la formación de docentes y comunicadores sociales en la educación para la lectura crítica de la televisión desde los diferentes escenarios de desempeño de estas profesiones, como aspecto necesario que influye en los procesos de enseñanza, aprendizaje y de desenvolvimiento social.
- Controladora. La propuesta recomienda contenidos y ejercicios prácticos para guiar la estimulación de la lectura crítica de la televisión, sin embargo, brinda espacios de flexibilización para que el docente a través del contexto grupal pueda recomendar aspectos creativos al proceso de la educación para los medios reconociendo que sus estudiantes son seres que viven en continuos procesos comunicativos de múltiples accesos, a través del medio de estudio.
- Activa. La propuesta fue diseñada con el propósito de estimular un aprendizaje caracterizado por ser activo, atractivo y entretenido, a través de la complicidad docente-alumno frente a los mensajes de la televisión. Por esta razón, promueve

la participación individual y grupal desde el entorno social y de desempeño laboral de los futuros profesionales de la educación y comunicación social del país.

- Creativa. Promueve prácticas de lectura crítica sobre los contenidos que difunde la televisión para el desarrollo de habilidades creativas frente a este medio, desde la perspectiva de la redacción y la producción de contenidos alternativos para este medio.

En este mismo orden de ideas, la propuesta se caracteriza por la secuencia didáctica y lógica de la presentación de contenidos y actividades sugeridas para la lectura crítica de la televisión. Fernández (1989:56-59), citado por Méndez (2001:227) resume algunas características de los materiales didácticos a los cuales se apega esta propuesta, tales como:

- Potenciar los contenidos procedimentales y actitudinales relacionándolos con otros saberes tradicionalmente no académicos.
- Jerarquizar en la presentación de los textos diferentes niveles de complejidad, respetándose la diversidad.
- Adquisición de los contenidos conceptuales por procedimientos variados, como la identificación y la ejemplificación, la comparación y la relación, entre otros.
- Uso de recursos gráficos que mejoren la legibilidad, la comprensión y la identificación de las actividades.
- Categorización de las actividades en función de sus diferentes niveles, potenciando su variabilidad, viabilidad, comprensibilidad y significación.
- Amplitud en la oferta de actividades que permitan adaptaciones a las particularidades del alumnado, el equilibrio entre actividades de respuesta del alumnado, el equilibrio entre actividades de respuesta individual y colectiva, entre actividades de respuesta gráfica y verbal, entre otros.

Dentro de los elementos que fueron considerados para la elaboración del presente material curricular, siguiendo los criterios resumidos por Parcerisa (1996: 61-65), fueron los siguientes:

- Coherencia con el diseño curricular de las profesiones de educación y comunicación social de la Universidad Central de Venezuela. Para ello, la propuesta está en consonancia con los propósitos del perfil de los egresados de estas escuelas y está dirigido en el contexto de los programas que fueron estudiados en el presente trabajo de investigación.
- Rigor científico. Los textos y aspectos metodológicos que presentan la propuesta fueron considerados desde el desarrollo histórico de la disciplina de la educación para los medios hasta contenidos actualizados que configuran la evolución de esta disciplina.
- Adecuación al contexto. Se consideró como necesario contemplar las características propias de los estudiantes de comunicación social y educación para los planteamientos de las teorías y prácticas recomendadas para la lectura crítica de la televisión.
- Aspectos formales. La propuesta contempla aspectos formales y técnicos, caracterizados por su presentación atractiva para la enseñanza de la disciplina de la educación para la televisión.
- Reflexión sobre los valores que se reflejan en el material. Se realizó una revisión del material diseñado para no presentar aspectos condicionantes dirigidos a la opinión o percepción por parte de los estudiantes sobre los contenidos de la televisión. El propósito es generar autonomía crítica en los participantes.
- Evaluación del material. Se considera como necesario un continuo proceso de revisión y evaluación del material didáctico en virtud de poder optimizarlo para su propósito general que es promover desde el escenario educativo y comunicacional la lectura del medio televisivo.

De esta manera, la propuesta teórica metodológica constituye un conjunto de estrategias de enseñanza-aprendizaje que permitirán la incorporación del medio televisivo como objeto de estudio para desarrollar una autonomía crítica frente a sus contenidos y las mediaciones que produce desde la perspectiva del sistema de formación de los futuros profesionales de la educación y la comunicación de la UCV. Por esta razón, está conformada por objetivos, contenidos, propuestas de programación, así como de estrategias globales y recomendaciones de materiales didácticos complementarios, enmarcados en los propósitos de los programas de estudios vigentes en esta casa de estudios. Es de destacar, que la propuesta está dirigida a los profesores, los cuales podrán seleccionar, dependiendo de los programas o asignaturas que contemplen dictar, contenidos y estrategias para estimular la lectura crítica de la televisión en sus estudiantes. De esta manera, la propuesta metodológica se plantea como un conjunto de estrategias que podrán ser aplicadas como unos ejes transversales dentro de las asignaturas que son dictados en la formación de los profesionales que son el target del trabajo de investigación. Las asignaturas recomendadas para aplicar las mencionadas estrategias fueron las que contemplan tópicos vinculados con la educación para los medios, donde las estrategias planteadas pueden ser utilizadas por los profesores para profundizar en el cumplimiento de los propósitos pedagógicos y así estimular la educomunicación.

Es de destacar, que la propuesta que se presenta a continuación ya posee las recomendaciones realizadas por el jurado de la tesis, las cuales optimizaron el piloto elaborado.

Educación para los medios:

El arte de educar para la televisión

**Propuesta teórica metodológica dirigida a la formación de
estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad
Central de Venezuela**

Introducción

Las tecnologías de la comunicación y la información han transformado la forma de entender y ver la vida en sociedad, a través de las múltiples interacciones que promueven en la aldea global. Su expansivo protagonismo en la actualidad han convertido a estas tecnologías, en especial el televisivo, en medios imprescindibles y de dependencia para el intercambio comunicacional, cultural, político, social y hasta económico de los países.

El consumo de este medio televisivo requiere especial interés en el campo educativo, debido al papel que juegan en el entramado social, absorbiendo horas diarias de observación, ofreciendo patrones sociales, brindando unidireccionalidad en sus planteamientos y representatividad de la realidad. Se ha creado un continuo ciclo de conocimiento a través del vertiginoso proceso de la televisión influyendo en los aprendizajes no formales e informales.

La cotidianidad está mediada por la televisión, a través de la cual se puede aprender en cualquier lugar sin parámetros de horario, tiempo y espacio. Por esta razón, este medio sobrepasa el tiempo exclusivo de la escolaridad en la escuela, liceo o universidad y forma parte protagónica del tiempo libre y del entretenimiento, con el apoyo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información que permiten ampliar cada vez más su cobertura y utilización en la sociedad. De esta forma, desafía a la actividad educativa, la cual debe condicionarse a los nuevos retos que le impone la evolución de este medio, que se proyecta cada vez más debido a las industrias del entretenimiento, la informática y los avances técnicos de las telecomunicaciones.

La televisión rodea los entornos más sociales de los estudiantes, así como los más íntimos, y capta la atención por los variados formatos a través de los cuales presenta la información. Representa una ventana ilimitada de contenidos y representaciones de la realidad a la cual está expuesta la sociedad y que responde a las gratificaciones que brinda en ella. Desde esta perspectiva, el debate educativo va más

allá de la explotación didáctica de la televisión en el aula, que citando a Aguaded (1998: 439-441), comprenden tres grandes niveles:

- Aprender con el medio: la televisión como auxiliar y recurso didáctico en las aulas. En este sentido, el medio puede ser utilizado como complemento curricular en las diferentes áreas y en los distintos niveles educativos con el propósito de diversificar y enriquecer los contenidos.
- Conocer e interpretar el medio: la televisión como objeto de estudio. El análisis crítico. En este nivel los espacios educativos pueden ser el escenario para que los alumnos/as reflexionen sobre la televisión y estimulen la capacidad crítica frente a sus contenidos.
- Comunicarnos con el medio: la televisión como técnica de expresión y trabajo.

Es por ello, que la televisión puede ser integrada como un eje transversal de formación, con la cual se puede interactuar en diferentes áreas curriculares para educar sobre el papel de este medio en el desenvolvimiento de la vida en sociedad. En este sentido, esta reflexión es respaldada por Masterman (1993:255) quien sostiene que la educación audiovisual es de suma importancia para quedar encasillada en parámetros aislados, y por esta razón debe ser considerada como un proceso constante, holístico y transversal.

El papel del educador en la educación para la televisión es vital y puede estar presente en todas las áreas curriculares, pasando por las disciplinas lingüísticas, expresivas, plásticas y hasta sociales. Sin embargo, esta realidad no se evidencia en el actual ejercicio profesional en Venezuela, a pesar de que la Ley Orgánica de Educación sostiene en su artículo 9 que los sistemas educativos del país deben incorporar unidades de formación para contribuir con el conocimiento, comprensión, uso y análisis crítico de contenidos de los medios de comunicación social.

Frente a esta realidad, en el caso que ocupa a la presente propuesta teórica metodológica de educación televisiva, se evidencia la ausencia de contenidos y propuestas didácticas dirigidas a promover la educomunicación para la televisión en

los futuros docentes egresados de la Universidad Central de Venezuela, con el propósito de que estimulen desde el ejercicio profesional en las aulas una lectura crítica del medio, así como el pensamiento creativo del mismo.

Por esta razón, se elaboró esta guía didáctica para los docentes de esta profesión en la UCV dirigida a despertar en los estudiantes, citando a Pérez Tornero (1997-24), la comprensión intelectual de la televisión, la lectura crítica de sus mensajes y la capacitación para la utilización libre y creativa del medio. Desde esta realidad, al estar formados los profesionales de la educación en la educomunicación para la televisión podrán ser multiplicadores en el escenario educativo y así formar a la sociedad en mejores telespectadores.

Esta guía podrá ser utilizada como un eje transversal en variadas asignaturas de los componentes de formación de la profesión de educadores del pensum de estudios que posee la UCV, con el objetivo de promover a través de teorías y prácticas la educación para la televisión desde un aprendizaje dialógico y reflexivo.

Contextualización de la Propuesta Teórica Metodológica de Educación para los Medios para la Escuela de Educación de la UCV

La presente guía didáctica se encuadra dentro de lo contemplado en el artículo 9 de la Ley Orgánica de Educación vigente en el país, la cual considera a los medios de comunicación como instrumentos esenciales para el desarrollo educativo y de esta manera cumplen funciones informativas, formativas y recreativas que deben contribuir al desarrollo de valores y principios establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Es así como contribuyendo con la educación televisiva desde el escenario de la formación de futuros docentes en el país, se responde a la formación necesaria que requieren y deben poseer los educadores, la cual no es materializada a través de los subsistemas del sistema educativo que establece la mencionada Ley. Los cuales deben incorporar unidades de formación para contribuir

al conocimiento, comprensión, uso y análisis crítico de contenidos de los medios de comunicación social.

Desde esta perspectiva, la guía es cónsona con los principios del currículo de formación de la Escuela de Educación de la UCV (Plan de Estudios, 1996:18), en el cual se enumera la criticidad, considerándola como la necesidad de “promover el desarrollo de formas de conocimiento que impliquen la permanente problematización y conciencia reflexiva, ofreciendo al estudiante diversas posiciones teóricas”. Destacan los principios de la transformación y la vinculación teórica-práctica, que “sustentan la concepción de la teoría como conocimiento crítico de la realidad existente y como un proyecto a construir y desde la práctica como la realización consciente de la teoría para la transformación de la realidad”.

De igual forma, respalda los objetivos del plan de estudios de esta profesión. Los cuales están orientados a formar docentes críticos y reflexivos para que respondan a las necesidades de cambio y transformación que ponen en relieve los contextos socio-histórico, en los cuales la televisión juega un papel representativo en la forma de interactuar en la sociedad y la representación que realiza del mundo, así como su influencia en los procesos educativos.

Asimismo, la presente propuesta complementa contenidos que son desarrollados en los programas de formación de la carrera, orientándolos a promover en los educadores una visión crítica de la televisión para que funja de multiplicador en su futuro ejercicio profesional. De esta manera, la escuela ofrecería una formación que prepare adecuadamente a los alumnos a la utilización del medio televisivo, más allá de ser un instrumento didáctico y concentrándose en los procesos de análisis y lectura televisiva desde las mediaciones en las cuales está involucrada.

La presente guía didáctica representa un conjunto de recomendaciones para los profesores de la Escuela de Educación de la UCV, la cual expone una propuesta no secuencial de aplicaciones en el aula y cuya selección dependerá de los temas a ser

desarrollados en los programas de las asignaturas que fueron estudiadas en la presente investigación y que poseen tópicos vinculados a las tecnologías de la información y la comunicación en los componentes de formación de la mencionada profesión. Entre las asignaturas se encuentran las siguientes: Lenguaje, pensamiento y comunicación; informática y educación; psicología educativa; sociología de la educación; historias de las ideas pedagógicas en Venezuela; artes plásticas; expresión verbal y literaria; expresión psicomotriz y musical; sistemas de información; comunicación organizacional; diseño, producción y evaluación de medios instruccionales; introducción a las ciencias sociales; técnicas de documentación; psicopedagogía; relaciones interpersonales y teorías pedagógicas contemporáneas, entre otras.

En la consulta de los programas antes mencionados se identificó el desarrollo de contenidos vinculados a las teorías de la comunicación humana y los medios de comunicación como instrumentos en los procesos didácticos propios de la enseñanza, promoviendo la denominada comunicación educativa. A pesar, que sólo en la asignatura de diseño, producción y evaluación de medios instruccionales se estudia de forma general aspectos vinculados directamente con el medio televisivo se puede relacionar este tópico en los otros programas, ofreciendo conocimientos y destrezas sobre la lectura crítica dirigida a la televisión, sin sobrepasar los objetivos o propósitos establecidos en las asignaturas a través del pensum de estudio que la UCV posee actualmente para la formación de docentes.

Ente sentido, las estrategias metodológicas en el área de educomunicación televisiva recomendadas en este contexto y partiendo de los resultados del estudio presentado en el capítulo IV se desarrollan a partir de las siguientes etapas:

- Conocimiento general del medio televisivo y sus implicaciones en el contexto educativo.
- Comprensión del proceso de producción de contenidos del medio.
- Programación televisiva desde el punto de vista del telespectador.
- Lectura analítica de los contenidos de la televisión.

- Promoción de la utilización creativa del medio televisivo en el aula.

Cada etapa presenta una serie de temas vinculados al proceso televisivo, los cuales pueden ser desarrollados en las asignaturas del pensum de estudios de la Escuela para estimular la educación para la televisión. La selección dependerá del docente que impartirá el determinado programa de formación, de esta manera la presente guía puede ser utilizada como un eje transversal de la profesión y no condicionarse a un espacio específico para su desarrollo. Cada tema constará de:

- Breve introducción, a través de la cual se contextualiza el tema a ser desarrollado.
- Objetivos. Se especifican los propósitos que se pretenden desarrollar.
- Identificación de conocimientos previos de los estudiantes. Se recomienda iniciar las actividades pedagógicas de cada tema en base a la corriente constructivista del reconocimiento previo de los saberes en la materia, a través de la formulación de interrogantes.
- Breves contenidos teóricos. Se enumeran posibles contenidos para su desarrollo.
- Estrategias y orientaciones metodológicas. Se especifican dinámicas pedagógicas para el abordaje de los contenidos propuestos.
- Lecturas recomendadas.

Propósitos de la propuesta

Propósitos generales

- Ofrecer al personal docente de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela una guía didáctica complementaria a los programas de formación del pensum de la mencionada Escuela para estimular en los futuros egresados de esta profesión estrategias teóricas y metodológicas sobre la educación para los medios, especialmente el televisivo.

- Promover en los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela la educomunicación televisiva, con el propósito de que estimulen en el escenario educativo la formación de ciudadanos que se motiven a realizar lecturas críticas de los mensajes televisivos, así como procesos creativos con el medio.

Propósitos específicos

- Reflexionar sobre el papel de la televisión en el contexto educativo y sus implicaciones en los procesos de socialización.
- Comprender los procesos de producción televisiva a través de su lenguaje, discurso, representaciones de la realidad y gratificaciones.
- Estimular el diseño de estrategias en el hecho educativo para promover la lectura crítica de la televisión.
- Fomentar el uso de la televisión como receptores creativos para potenciar la expresividad y el uso racional del medio en sus alumnos.

Contenidos programáticos de la propuesta teórica metodológica

Los contenidos que conforman a la presente guía didáctica están organizados en 5 etapas:

Etapas 1.- Conocimiento general del medio televisivo y sus implicaciones en el contexto educativo.

En este primer módulo de la guía didáctica se presentan conocimientos históricos de la televisión, partiendo desde las implicaciones del eje educación, comunicación y tecnologías de la comunicación y la información. Conociendo la historia de la televisión y las interacciones mediáticas que genera en el escenario de la socialización que desafían los procesos tradicionales de la educación, involucrando a

los padres, alumnos y docentes. De esta forma, se deben realizar reflexiones sobre el papel de la escuela y de la familia en la posible influencia que representa la televisión en los procesos de enseñanza y aprendizaje desde diferentes contextos del desarrollo de la vida.

Temas I: Educación para los medios

Las interacciones que realizan las nuevas generaciones de la sociedad con los medios de comunicación, en especial el televisivo, avanzan cada día más gracias a los progresos tecnológicos y a las necesidades informativas y de entretenimiento de los consumidores mediáticos. Los escenarios educativos en las escuelas, liceos y universidades no se encuentran aislados a esta realidad, debido a la carga de contenidos y funcionalismo que le brindan los diferentes estudiantes a las pantallas televisivas. Entonces, surge la siguiente interrogante: ¿Están los profesionales de la educación preparados para afrontar lecturas críticas sobre los contenidos del medio televisivo junto a sus alumnos?

Frente a esta realidad, se hace necesario que los profesionales de la educación reconozcan que la televisión educa aunque no se lo proponga. La comunicación está involucrada en todas las ciencias del conocimiento, en la convivencia, el desarrollo y las formas de vivir de los seres humanos. La comunicación es la base de la socialización y el desarrollo del mundo. Para Guillermo Orozco, todo proceso comunicativo puede ser educativo. “Se puede aprender siempre y en cualquier lugar y de cualquier fuente, haya o no educadores, ya que el aprendizaje proviene tanto de la enseñanza, como de la imitación y la experimentación” (Orozco, 2000:63).

La cultura está ligada a su educación y a la comunicación. Frente a este contexto, Orozco y Franco (1999:16) afirman que los medios de comunicación, incluyendo al televisivo, desafían con fuerza las dinámicas de la enseñanza, las cuales deben reacomodarse frente a la influencia de los medios. La educación a través de la evolución del hombre ha estado constituida por fenómenos, procesos y prácticas que

han dirigido el desarrollo del ser humano hasta la actualidad. De esta forma, la educación como un proceso histórico-social es “una compleja y dinámica realidad que presenta diferentes formas y niveles de expresión dentro de la práctica social, desde las formas más informales y espontáneas, hasta las formas más sistemáticas e intencionadas” (Hernández, Gheller y Bolívar, 1989:46).

La transformación del hombre a través de la educación persigue el crecimiento humano y social en un mundo emprendedor que innova su cultura cada día. Es por ello, que Paulo Freire sostiene que “frente a una sociedad dinámica en transición, no admitimos una educación que lleve al hombre a posiciones quietitas, sino aquellas que lo lleven a procurar la verdad en común, ‘oyendo, preguntando, investigando’. Sólo creemos en una educación que haga del hombre un ser cada vez más consciente” (Freire, 1977:85).

“Es a través de este proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (Kaplún, 1985:68). Durante décadas se mantuvo la creencia de que la educación y la comunicación eran dos polos del saber que representaban polos opuestos, a pesar de que ambas se complementan. El desafío educativo en la actualidad frente a la televisión está direccionado a estimular el reconocimiento del papel que se posee como telespectadores de este medio, analizando los niveles afectivos y personales que estimulan su consumo.

La educación para los medios según Franco (2015) es una disciplina que pone centro en el proceso educativo a todas aquellas prácticas que suceden con y a través de las diversas pantallas con las que interactuamos de manera cotidiana. La educomunicación es en sí misma una orientación teórica pero también una metodología práctica al estar situada en el hacer-saber y no sólo en el hacer-hacer, ya que no se trata únicamente de una enseñanza de los medios sino de una apropiación crítica y creativa de ellos.

Objetivo general:

- Analizar la disciplina de la educación para los medios, en especial el televisivo, en el contexto educativo.

Objetivos específicos:

- Relacionar el binomio comunicación y educación.
- Reconocer la importancia de la educación para la televisión en el desarrollo de los propósitos educativos y socializadores.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y perspectivas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ¿Qué entienden por medios de comunicación o de difusión?
- ¿Consideran que la práctica educativa y comunicativa se relacionan?
- ¿Cuáles medios televisivos visualizan con frecuencia y por qué?
- ¿Cuánto tiempo dedican en visualizar la televisión diaria, semanal y mensual?
- ¿Cuándo visualizan la televisión sienten que este medio los enseña sobre algún aspecto de la vida?
- ¿Les preocupa la programación de la televisión?
- ¿Considera que la educación debe abordar los contenidos que difunde la televisión? ¿Por qué?

Contenidos recomendados:

a) Binomio educación y comunicación: Puntos de encuentro

Los profesores son los interlocutores que guían el proceso educativo, en virtud que son agentes del currículum, sujetos de cambio y de renovación de las dinámicas de enseñanza y aprendizaje. Estos aspectos definen la profesionalización del docente y su desempeño en el ejercicio de la ciencia educativa, la cual se contextualiza en un ámbito social, institucional, grupal e individual. Por esta razón, la educación debe estar

impregnada en cada uno de estos ámbitos porque las situaciones a las cuales se enfrenta el docente en el aula no se originan exclusivamente allí, son un reflejo de la situación globalizada en la cual se desenvuelve el individuo, la cual está caracterizada por una convergencia de la industria de las telecomunicaciones, donde los medios de comunicación y la informática penetran cada vez más.

Las empresas del entretenimiento, representadas desde la televisión y con el empleo de las variadas pantallas tecnológicas, influyen en los procesos de aprendizaje. Sin embargo, en la aplicación de cada una de estas disciplinas del conocimiento, la educación y comunicación, se identifican elementos en común. En este sentido, es evidente que ambas contribuyen en el desarrollo de la socialización de los individuos. “Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (Kaplún, 1985:68).

La educación es realizada a través de un proceso de comunicación que el educador ejerce de manera constante sobre el educando para impartir los contenidos establecidos en la planificación pedagógica. El educando se comunica con el educador sobre los contenidos recibidos, y así el educador medirá a través de esta retroalimentación si los objetivos pedagógicos fueron cumplidos.

La comunicación es entendida también como un proceso de emisiones de mensajes dirigidos a un receptor específico, del cual espera el diálogo o la retroalimentación. La educación se alimenta de sus educandos, porque el educador realiza las planificaciones pedagógicas a partir de las necesidades educativas identificadas en sus alumnos.

En la comunicación el receptor juega un papel fundamental. “La verdadera comunicación, no comienza hablando, sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar” (Kaplún, 1985:119). El conocimiento que posea el comunicador del receptor, influirá directamente en la formulación del mensaje para lograr persuadir o captar la atención del destinatario.

Todo educador debe ser un buen comunicador. Joan Ferrés (2000:154), en su obra “Educar en una cultura del espectáculo” expresa que el educador debe ser un mediador, el cual debe poseer tres componentes: el dominio en los contenidos conceptuales, procedimentales o actitudinales; profundo conocimiento de las personas a las que han de transmitirse los contenidos y la capacidad de comunicar adecuadamente los conocimientos o procedimientos a impartir. En este contexto, este autor sostiene que “no puede haber enseñanza, como no puede haber comunicación, sin la capacidad de conciliar esta doble fidelidad: a los contenidos que se pretenden comunicar y a los receptores de estos contenidos”.

El hecho comunicativo es un aspecto trascendental en la sociedad del mundo contemporáneo, debido a la magnificación y universalización de los medios de comunicación, donde destaca la televisión que ha ampliado su penetración a través del internet y pantallas móviles. Las tecnologías y los medios de comunicación configuran cada día un nuevo hombre y una nueva sociedad. De esta forma, la comunicación y la educación pueden trabajar de la mano para contribuir en la construcción de un mundo mejor, y así responder al papel central que los medios de comunicación, en especial el televisivo, juegan en la vida de los estudiantes.

b) La educomunicación y sus propósitos

La educación para los medios o la educomunicación consiste en desarrollar un marco de enseñanza para la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes para conocer y comprender de forma activa y creativa la influencia de los medios de comunicación en la sociedad donde se desenvuelve la vida.

Para la Unesco (1984:8), la educación en materia de comunicación social debe ser entendida como “todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creencia, la utilización y la educación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias

de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación”.

La educación para los medios posee variadas denominaciones entre las cuales se destacan: Educación para los medios; educación para la comunicación; lectura crítica de la comunicación; educación para la recepción activa; pedagogía de la imagen; educomunicación; educación para la televisión; educación para el uso de los medios de comunicación, entre otros.

Entre las razones que estimulan la educación para los medios según Len Masterman (1993:16-35) se encuentran:

- 1.- Las altas dosis de consumo o visualización de los medios de comunicación.
- 2.- La influencia ideológica de la comunicación en la sociedad contemporánea.
- 3.- La construcción de la información/realidad por los medios.
- 4.- La progresiva influencia de los medios en el desarrollo democrático de los pueblos.
- 5.- La creciente importancia del código audiovisual en todas las esferas.
- 6.- La acuciante necesidad de la escuela de actualizar contenidos y preparar para el futuro.
- 7.- La transformación de la comunicación en un bien de consumo, en manos de empresas mercantiles.

En este sentido, la educación para los medios contempla aspectos conceptuales, pero sobre todo actitudinales y procedimentales. Piette (1996:64) indica que “la misión fundamental de la educación para los medios es, ante todo, la emergencia del pensamiento crítico de los alumnos; su proyecto fundamental no es asegurar la adquisición de conocimientos sobre los medios de comunicación, sino más bien el desarrollo de la autonomía crítica en el visionado”.

c) Educación para los medios en la educación

La inserción curricular de los medios de comunicación en el escenario educativo, va más allá de la incorporación de estos como instrumentos del proceso de enseñanza y aprendizaje. La transversalidad de la educación en materia de la comunicación en el hecho educativo pasa por aspectos conceptuales (conocimientos de los medios); procedimentales (educación con los medios) y actitudinales (reflexión ante los medios). En este sentido, es necesario que el docente sea consciente de la necesidad de integrar a los medios, en especial el televisivo, en los procesos del sistema educativo para lograr lo que destaca Bernabeu (1994:141), que es desarrollar en los alumnos y alumnas actitudes de consumo selectivo, un espíritu crítico y un criterio personal sobre los contenidos que son difundidos por los medios. De esta forma, el educador podrá contribuir en el análisis sobre el elevado índice de consumo que existen sobre este medio a través de la saturación de sus contenidos por las varias estrategias tecnológicas que han surgido, como el internet y los dispositivos móviles. Asimismo, hacer consciente a sus estudiantes sobre la importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación desde los aspectos sociales, culturales, políticos y económicos.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

La metodología recomendada para el desarrollo de los contenidos por parte del docente debe estar caracterizada por reconocer la influencia social que poseen los medios de comunicación en el hecho educativo y desenvolvimiento del estudiante en el aula y fuera de ella. De esta forma, deberá ser motivadora para reflexionar sobre el papel de los medios en los continuos cambios que se deben afrontar para estimular los procesos de enseñanza y aprendizaje. Asimismo, deberá estar contextualizada en el hecho educativo y comunicativo para estimular fases indagadoras e investigadoras de los temas a ser abordados. A continuación, se recomiendan algunas actividades por contenidos que pueden ser orientadoras:

a) Binomio educación y comunicación: Puntos de encuentro

El ejercicio de este tema se divide en dos fases: trabajo investigativo y trabajo grupal en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes deberán investigar sobre los siguientes aspectos: ¿Qué es la comunicación?; ¿Qué es la educación?; ¿Qué es información?; ¿Qué son los medios de comunicación?; contenidos que transmiten los medios de comunicación; funciones de los medios de comunicación, medios de comunicación con mayor impacto en la sociedad, la comunicación educativa; diferencias entre las disciplinas de la educación y la comunicación; puntos de encuentro entre ambas disciplinas.
- ✓ La investigación permitirá realizar una reflexión grupal en clases sobre el binomio de la educación y la comunicación en el ejercicio profesional del docente.

Fase B: Trabajo grupal en clases

- ✓ Duración de la actividad: 45 minutos.
- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se organizarán en pequeños grupos para elaborar una serie de mapas conceptuales, a través de los cuales se ejemplificará el papel de la comunicación y la educación en los procesos de socialización, así como los puntos de encuentros en el desempeño de ambas disciplinas.
- ✓ Los resultados de la actividad serán expuestos para generar un proceso dialógico sobre este tema partiendo desde la perspectiva de la labor docente en los diferentes escenarios donde se ejerce la profesión.

b) La educomunicación y sus propósitos

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes deberán conformar equipos de trabajo para elaborar una investigación sobre el ámbito de la educación para los medios y sus diferentes propósitos.
- ✓ En este sentido, los resultados de la mencionada investigación serán expuestos en clases a través de la elaboración de fichas resúmenes de contenidos, donde se ejemplificarán las conceptualizaciones y propósitos de la educación para los medios desde diferentes escenarios internacionales y nacionales.
- ✓ Los estudiantes podrán utilizar diferentes experiencias educomunicativas para ejemplificar los propósitos de la misma.

c) Educación para los medios en la educación

El ejercicio de este contenido contempla el desarrollo de un diagnóstico por parte del grupo de estudio, después de haber realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.

Fase A: Trabajo grupal en clases

- ✓ Duración de la actividad: 45 minutos.
- ✓ Los estudiantes deberán responder a las siguientes interrogantes en clases, las cuales ponen en evidencia porque los docentes deben prestar atención al papel de los medios de comunicación, en especial el televisivo, en el desempeño de la docencia.
- ✓ De esta manera, en parejas simularán entrevistar a su compañero de clases en un programa informativo para televisión, donde el entrevistador realizará las siguientes preguntas a su compañero, las cuales en preproducción deben ser investigadas y estructuradas para el hipotético programa de televisión:

- 1.- ¿Cómo futuros docentes considera que los medios de comunicación, en especial el televisivo, pueden influir en los procesos de aprendizajes y enseñanza de los alumnos? Explique.
 2. ¿Cómo futuro docente le preocupa algún aspecto de los medios de comunicación, en especial el televisivo, en la sociedad? ¿Cuál?
 - 3.- ¿Cuáles podrían ser los aprendizajes que los estudiantes pueden obtener de las pantallas televisas en la actualidad?
 - 4.- ¿Los medios de comunicación, en especial el televisivo, deben ser abordados en el escenario educativo? ¿Por qué?
 - 5.- ¿Cómo futuro docente considera pertinente que los educadores sean conocedores de la educación para los medios? ¿Por qué?
 - 6.- ¿Qué es la educación para los medios?
 - 7.- ¿Cuáles son los propósitos de la educación para los medios dirigido a los estudiantes?
- ✓ Una vez que los estudiantes respondan a estas interrogantes en la entrevista se realizará un proceso dialógico y reflexivo sobre sus respuestas, donde el docente orientará las participaciones para ejemplificar la importancia de la educación para los medios en el escenario educativo.

Lecturas recomendadas:

Aguaded, J. (2002). “Educar para la comunicación” En: *La TV ¿Enemiga o aliada?* Cuaderno ININCO Nro. 1. Caracas, Venezuela.

Barrios, L (1993). Familia y televisión. Venezuela. Ediciones Monte Ávila.

Bernabeu, N. (1994): «Tratamiento transversal de la Educación en materia de Comunicación», en UNED (Ed.): Medios de Comunicación y Educación. Córdoba, Centro Asociado; 129-144.

Crovi, D y Garay, A (2009). Comunicación y educación. Hacia la construcción de un estado de arte, en Vega Montiel, A (coord.) La comunicación en México. Una agenda de investigación. México: UNAM/ AMIC.

Delors, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. Madrid, España. Santillana/UNESCO. [En línea] Disponible en: www.uom.uib.cat/digitalassets/221/221918_9.pdf. Consulta: 11 de enero de 2015.

De Oliveira Soares, I. (2000). Comunicación - Educación: La aparición de un nuevo campo y el perfil de sus profesionales. Re-el (19 junio 2003). [En línea] Disponible en <http://www.ricardojapiassu.pro.br/ISMAR.htm>. Consultado: 18 de enero de 2013.

Ferres, J (2000). La educación como industria del deseo: un nuevo estilo comunicativo. Barcelona, España. Ediciones: Gedisa.

Ferrés, J (2000). Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona, España. Ediciones Paidós.

Freire, Paulo (1977). Educación como práctica de libertad. México. Siglo XXI Editores.

Hernández, G. (1996). La educación para los medios. Una preocupación internacional. Anuario ININCO. Número 8.

Hernández, G. (2003). Teoría de la educación para los medios de Mario Kaplún. Anuario ININCO. Volumen 2. Número 15.

Kaplún, M. (1985). Comunicación entre grupos. Argentina. Editorial HV Manitas.

Masterman, L. (1993). La Revolución de la educación audiovisual. Madrid, España. Ediciones de la Torre.

Pascuali, A. (1985). *Comprender la comunicación*. Caracas, Venezuela. Editorial Monte Ávila.

Ramos, P. (2000). *Tres décadas de educomunicación en América Latina. Caminos desde el Plan DENI*. [En línea] Disponible en: <http://signisalc.org/sites/default/files/tres-decadas-de-educomunicación-en-america-latina-caminos-desde-el-plan-deni.pdf>. Consulta: 18 abril de 2015.

Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires, Argentina. Editores Amorrortu.

Piette, J. (1996): *Éducation aux Médias et fonction critique*. Montreal, L'Harmattan.

Tema II. La comunicación televisiva

En la educación para los medios, la televisión representa uno de los medios de estudio y diseño de propuestas metodológicas para estimular una lectura crítica de sus contenidos. La relevancia de su estudio se evidencia a través de los avances de las diferentes tecnologías de la comunicación y la información, así como los amplios accesos a sus contenidos que se han multiplicado a través de variadas pantallas con los dispositivos móviles y el internet.

Reflexionar sobre el fenómeno televisivo se ha convertido en una necesidad, porque a partir del conocimiento que se posea de las diferentes dimensiones y espacios que ocupa en la actualidad se podrá formar una visión consciente y responsable frente a sus contenidos, para una sociedad más equilibrada entre la realidad y las representaciones de este medio. La televisión forma parte de las sociedades del mundo y de su cultura. “El hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga también un hecho cultural trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productores de cultura” (Rodríguez, 2003:17).

Esta realidad se evidencia históricamente en el proceso de globalización donde la mística de la comunicación y la cultura adquirieron un nuevo significado. “En la década de 1990, las tecnologías de la comunicación y de la información influyen sobre la cultura para superar el modelo de comunicación unidireccional dominante, según el cual comunicar cultura equivalía a poner en relación vertical a unos públicos con unas obras” (Rodríguez, 2003:17). Es así como esta acción presenta nuevos modelos de comunicación, a través de la programación del medio televisivo, para potenciar la socialización de la experiencia cultural mediante la reiteración de la realidad difundida en este medio.

Por ello, antes de continuar con el estudio de la educación para los medios es pertinente que los docentes reflexionen sobre qué es la televisión, en sus dimensiones lingüísticas, tecnológicas, económicas y sociales, para entender y propiciar un análisis de su incidencia en las prácticas generalizadas del conocimiento y el continuo proceso de socialización. De esta manera, se podrá entender porque la televisión ha llegado, desde la perspectiva del presente estudio, a convertirse en un medio atractivo y con un gran porcentaje de penetración en el diarismo social.

Objetivo general:

- Examinar la comunicación televisiva en el contexto social y los distintos elementos que han configurado a este medio de comunicación en sus variadas dimensiones y espacios.

Objetivos específicos:

- Reconocer la televisión como medio de comunicación social, su evolución e historia.
- Revisar la concepción de la televisión desde el ámbito educativo, finalidades y tipos.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ¿Qué es la televisión?
- ¿La televisión es un medio de comunicación o de información?
- ¿Cuáles son las funciones del medio televisivo?
- ¿Cuáles son los usos y gratificaciones del medio televisivo?
- ¿La televisión educa? Explique.
- ¿Cómo es utilizado el medio televisivo en la escuela?
- Como futuros educadores, ¿cuál es el uso que le brinda a la televisión en su desempeño docente?

Contenidos recomendados:

a) La televisión y sus inicios

Fueron muchos los contribuyentes en el proceso de la creación de la televisión. Por esta razón desde el siglo XIII se empezaron a crear y a descubrir poco a poco los implementos que permitieron que en el siglo XIX John Logie Baird creará este instrumento comunicacional. En Venezuela irrumpe de manera oficial la televisión el 22 de noviembre de 1952 bajo la iniciativa estatal, posteriormente continuaron las aperturas para que se conformaran las primeras empresas televisivas privadas con finalidades comerciales. De esta manera, para los años 1970, la televisión se empieza a consolidar como el medio de mayor impacto en la sociedad venezolana con una gran penetración y aceptación de sus contenidos en las audiencias (Mosquera, 2010:49).

La televisión continuó creciendo de la mano con los avances tecnológicos y del poder comercial que se proyectaba a través de la conformación de empresas que se dedicaban a crear en el país la gran industria del entretenimiento. Según Mosquera (2010), para 1979 con la llegada de la televisión a color al país se abrieron espacios para las posibilidades de la televisión paga, a través de las transmisiones por cable y satelital. Los inicios de estas empresas comunicacionales eran de contenidos generalistas y posteriormente fueron surgiendo posibilidades especializadas cada vez más conscientes de la importancia de conocer los perfiles de las audiencias con el propósito de posicionar los contenidos que son ofrecidos a través de las pantallas.

La historia de la televisión venezolana está caracterizada por las bases del modelo norteamericano que priorizan lo privado y mercantil de estas empresas. Para Mosquera (2010), este modelo sigue la teoría de Lasswell, la cual está basada “en los efectos de los medios para conquistar la atención de las audiencias”. La evolución histórica y tecnológica también ha permitido a la televisión cambiar sus estilos y formas de llegar a sus públicos, donde el elemento constante siempre ha sido la rentabilidad de la empresa a través de la publicidad, el espectáculo, la representación de la realidad y su participación constante en la construcción cultural e ideológica de las sociedades.

Su avance no se detiene y su proyección tecnológica crece cada día, pasando de tecnologías analógicas a digitales, donde se proyecta con un mayor abanico de posibilidades para estar cada vez más presente en la actualidad de la sociedad, al aumentar la cantidad de televisoras, las horas de difusión y los alcances de penetración por hogares en el país.

b) *Gestión de la comunicación en el espacio educativo.*

La comunicación está presente en todos los escenarios de la vida y los procesos educativos no son la excepción. Los seres humanos por nuestra naturaleza somos seres sociales donde la perspectiva del diálogo es la base de todo inicio de enseñanza y aprendizaje. Por esta razón, a través de la comunicación se le brinda sentido al mundo

social donde vivimos, donde los medios de comunicación están presentes en todo el contexto diario en el cual nos desenvolvemos.

En este sentido, surgen reflexiones sobre el estilo de la comunicación que es utilizada en el espacio educativo y como los medios de comunicación influyen en estos escenarios. Todo docente se caracteriza por contar con la disponibilidad para comunicar los tópicos que desarrollará con sus alumnos, partiendo desde una correcta actitud interior, la cual debe estar caracterizada por la capacidad de saber escuchar a sus interlocutores, de desarrollar la clarificación y el discernimiento, pero sobre todo la de dialogar.

En este contexto, la comunicación participa en el espacio educativo no sólo desde la práctica docente en el aula sino que va más allá de forma macro al ser un soporte básico de la organización de la institución educativa. El éxito del buen funcionamiento de un centro educativo siempre dependerá del manejo de los procesos comunicativos que emplee. En esta realidad participan los diferentes medios de comunicación que sean utilizados, en este caso se realizará especial atención al medio televisivo por ser el propósito de la presente guía.

En la actualidad somos conscientes que los procesos de aprendizaje no se enmarcan a un determinado lugar, ya sea la escuela, el liceo o la universidad. Podemos aprender en cualquier lugar y escenario. En este hecho influyen las tecnologías de la información y la comunicación, donde la televisión a través de sus diferentes formas de estar presente en la sociedad (internet, teléfonos móviles, tabletas) hacen posible que su esquema comunicativo influya en los procesos de aprendizajes de los miembros de la sociedad. Es por ello, que el autor Martín-Barbero (1997:19) sostiene que frente a esta situación la preocupación debe estar orientada a como se puede insertar a la escuela en el ecosistema comunicativo. Por su parte, Aguaded (2005, 27) resalta que el reto “no es otro que integrar los medios de comunicación en los procesos educativos para

reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo y sus poderosas armas para recrearlo y construirlo”.

c) Mediación tecnológica de la televisión en la educación

Los procesos educativos siempre han estado acompañados de las mediaciones tecnológicas en virtud que no es ajena a sus innovaciones que influyen en los procesos de cambios culturales, acceso a la información y del conocimiento. Sin embargo, en algunos contextos la educación y las tecnologías de la información y la comunicación parecieran estar separados por la rutina de los procesos escolares tradicionales.

La concepción de las mediaciones tecnológicas en la educación forma parte del proceso de la sociedad de la información. Este hecho posibilita visualizar a las tecnologías más allá de un artefacto en la práctica educativa, porque forman parte de la cultura que influye en los procesos de socialización. Bruner (2000:21) explica que la cultura aporta diferentes instrumentos “para organizar y entender nuestros mundos en formas comunicables”, bajo la utilización de las herramientas que conforman a esa cultura.

Por su parte Vigotsky (1988:56), resalta la necesidad del intercambio humano en los procesos educativos, donde se experimenta con los objetos y sus significados, “porque la compleja estructura humana es producto de un proceso evolutivo profundamente enraizado en los vínculos existentes entre la historia individual y la social”. Para Martín-Barbero (2005:24), la cultura en la sociedad cambia “cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructura. En este sentido, el autor resalta que la tecnología hoy es más que unos simples aparatos porque refleja nuevas formas de percepción, de lenguaje, sensibilidades y escrituras.

d) Educación con y para la televisión

Ante la constante evolución tecnológica y las diferentes formas a través de las cuales la sociedad puede tener acceso a los contenidos del medio televisivo, los

maestros y los estudiantes deben ser conscientes de la relación global que posee este medio en su desenvolvimiento social. De esta manera, el medio se puede convertir como una posible fuente de conocimiento y de información, al no ser el profesor y los libros soportes exclusivos de la comunicación educativa.

Este hecho hace necesario que la relación de la televisión constituya diferentes aspectos para ser incorporada en los procesos educativos, en consonancia con su influencia en la interacción social, reconfiguración de nuevos códigos para la comunicación y modelos mentales. La televisión difunde su programación de forma rápida, masiva y efectiva en inmediatez y con reiteración, es por ello que esta realidad dimensiona la circulación de sus contenidos. La televisión es diversa y su utilidad dentro del aula puede ser abordada desde diferentes áreas para contribuir con los objetivos académicos y al mismo tiempo para comprender la programación televisiva al ser consciente de su funcionamiento y críticos frente a su papel en el contexto social, político y económico.

En este sentido, resalta la práctica educativa que constituye el lugar de interacción y construcción constante para estimular el pensamiento crítico y reflexivo sobre la acción social, desde la perspectiva de la pedagogía crítica que perseguía la instauración de la escuela democrática (Rodríguez, 2001). En este mismo orden de ideas Giroux (2005:141) refleja que “la pedagogía crítica localiza prácticas discursivas en un conjunto mayor de interrelaciones”, donde se visualizan los contextos particulares de poder en los cuales se ven involucrados los textos, maestros y estudiantes. En palabras de Giroux (2005:150), la construcción de esa pedagogía crítica plantea el estudio de las relaciones entre “la enseñanza y la política, el conocimiento y el poder, la enseñanza y el cambio social”, con el propósito de hacerla emancipadora.

En este aspecto es necesario puntualizar que la didáctica que es el arte y la práctica de enseñar juega un papel preponderante en las formas de utilización de la televisión en el proceso educativo. Sin embargo, a este medio se le debe considerar algo más que

un instrumento en los procesos de enseñanzas o un multiplicador de producciones educativas para ser visualizadas en el contexto escolar. La preocupación es entender los contenidos que difunde, la forma en que se posiciona como empresa y como multiplicador de realidades y representaciones de una sociedad que en las aulas no dialoga sobre lo que difunde y lo relaciona con los contenidos que son contemplados en el programa curricular.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

La metodología recomendada para el desarrollo de los contenidos por parte del docente debe estar caracterizada por estimular la reflexión sobre la comunicación televisiva en el contexto social y los distintos elementos que han configurado su papel como tecnología en la práctica educativa. Por esta razón, las actividades permitirán a través de estrategias motivadoras y constructivistas que el docente junto a sus participantes conozcan la comunicación televisiva. A continuación, se recomiendan algunas actividades por contenidos que pueden ser orientadoras:

a) La televisión y sus inicios

El ejercicio de este tema se divide en dos fases: trabajo investigativo y trabajo grupal en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes deberán investigar sobre los siguientes aspectos: ¿Cómo inicio el surgimiento de la televisión en el mundo?; ¿Cuáles fueron los primeros pasos de la televisión en Venezuela?; ¿Cuál fue el papel del estado en el nacimiento de la televisión en el país?; ¿Cuáles fueron las primeras televisoras privadas que iniciaron operaciones en el país?; ¿Cuáles eran las características de estos medios?; ¿Cómo era vista la audiencia para ese entonces?; ¿Cuál era la

participación de las audiencias en la programación televisiva?; ¿Cómo era la programación de la televisión en sus inicios?

- ✓ La investigación permitirá realizar una reflexión grupal en clases sobre el inicio de la televisión en el país y contextualizar las características y modelos bajo los cuales surgió este medio de comunicación y hacer comparaciones con la televisión actual (Plantas televisivas, contenidos, concepción de las audiencias).

Fase B: Trabajo grupal en clases

- ✓ Duración de la actividad: 45 minutos.
- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se organizarán en pequeños grupos para elaborar una serie de mapas conceptuales, a través de los cuales se ejemplificará la evolución de la televisión en el mundo y en el país, para contextualizar su evolución y formas de penetración en las audiencias.
- ✓ Los resultados serán conversados en grupo a partir de los propósitos de la educación para los medios.

b) Gestión de la comunicación en el espacio educativo

Los ejercicios de este tema comprenden un trabajo investigativo y trabajo grupal en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes conformarán grupos para diseñar un cuestionario que tendrá como objetivo explorar la opinión de docentes que se encuentren laborando en una institución educativa seleccionada.

- ✓ El cuestionario deberá presentar preguntas abiertas y semiestructuradas tales como: ¿Cuáles son los tipos de comunicación más empleados en la educación?; ¿Cuál es el papel de la comunicación en el ejercicio docente?; ¿Cómo emplean la comunicación en los procesos de enseñanza y aprendizaje?; ¿Cómo estructuran el espacio educativo como elemento de comunicación?; ¿La comunicación educativa esta medida por la utilización de medios de comunicación en la institución educativa? Se recomienda agregar otras interpelaciones a partir de las recomendaciones realizadas de forma grupal para abordar la temática planteada.
- ✓ Los resultados deberán ser presentados en clases para dialogar sobre el tema abordado y elaborar reflexiones sobre la gestión de la comunicación en el espacio educativo.

Fase B: Trabajo grupal en clases

- ✓ Los estudiantes se conformarán en grupos para diseñar carteles, en los cuales se ejemplifique la gestión de la comunicación en el espacio educativo y como los medios de comunicación influyen en este proceso, haciendo especial análisis en el papel de la televisión.

d) Mediación tecnológica de la televisión en la educación

El ejercicio de este tema comprende un trabajo investigativo y trabajo grupal en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en grupos y seleccionarán una institución educativa de su preferencia.

- ✓ En la institución educativa seleccionada identificarán los siguientes aspectos: ¿Con cuántos televisores cuenta la unidad educativa en sus instalaciones?; Identificar y describir cuál es la utilización de los televisores por parte de los docentes y estudiantes; Identificar si la institución posee una videoteca y cuáles son los contenidos de los videos.
- ✓ Una vez realizado este proceso de exploración elaborar conclusiones a partir de lo enseñado en la Escuela de Educación y los propósitos de la educomunicación.
- ✓ Estas conclusiones deben ser presentadas al resto del grupo académico para iniciar un proceso de diálogo reflexivo sobre los hallazgos identificados y de las formas que puede ser utilizada la televisión en el ejercicio profesional.

Fase B: Trabajo grupal en clases

- ✓ Los estudiantes en clases se conformarán en grupos para diseñar propuestas de cómo puede ser utilizado el medio televisivo en el escenario educativo, atendiendo a los propósitos de la educomunicación.
- ✓ De esta manera, presentaran de forma grupal casos hipotéticos para que sean discutidos en equipo.
- ✓ Los resultados finales serán abordados por el total del curso con el objetivo de generar conclusiones finales guiadas por el docente.

d) Educación con y para la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo grupal en clases.

Fase A: Trabajo grupal en clases

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.

- ✓ Los estudiantes conformarán grupos de trabajo para analizar su relación con la televisión y desde allí identificar por qué es necesario educar con y para la televisión.
- ✓ Los estudiantes deberán responder a las siguientes interrogantes: ¿Cuál es mi relación como audiencia con la televisión?; ¿Cuál es mi relación como docente con la televisión?; ¿Cuáles son los momentos de mi vida cotidiana en los cuales participa la televisión?; ¿En los espacios físicos en los cuales me desenvuelvo (casa, trabajo, recreación) se encuentra la televisión presente?; ¿Me gusta la televisión?; ¿Me gusta la universidad?; ¿Qué me gusta más ver la televisión que estudiar en la universidad? ¿Por qué?; ¿Cómo se presentan los contenidos en la universidad y en la televisión?; ¿Los contenidos de la televisión deben ser abordados en el escenario educativo? ¿Por qué?; ¿Cómo podrían ser abordados los contenidos de la televisión en el escenario educativo?
- ✓ Una vez realizada esta actividad, se deberán discutir los resultados y en equipo junto al profesor realizar las conclusiones pertinentes sobre el tema abordado.

Lecturas recomendadas:

Bruner, J. (2000). La Educación, Puerta de la cultura. Madrid: Visor.

Bruner, J. (2000). Educación: Escenarios de futuro: nuevas tecnologías y sociedad de la información. Primera Edición. Bogotá: Desde abajo.

Giroux, H. (1990). Profesores como intelectuales: Hacia una pedagogía crítica del aprendizaje. Madrid: Paidós.

Giroux, H. (2001). Cultura, política y práctica educativa. Primera edición. Barcelona: Graó.

Giroux, H. (2003). Pedagogía y política de la esperanza: Teoría, cultura y política de la enseñanza, una antología crítica. Buenos Aires: Amorroutu.

Giroux, H. (2005). Estudios Culturales, Pedagogía Crítica y Democracia Radical. Madrid: Editorial Popular.

González y López (1995), La comunicación educativa en el aula: una alternativa para la enseñanza de las teorías de la comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. ISSN 1995-6630 [En línea] Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3719737.pdf>: 18 de noviembre de 2016.

Guzmán, C. (2006). “Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela”, Anuario Estadístico Cultural 1990-2003, Caracas, Fundación empresas Polar.

Martin-Barbero, J. (2002). La educación desde la comunicación. EDUTEKA (Junio 8 de 2002) en La educación desde la comunicación, de Jesús Martín-Barbero, Editorial Norma, 2002.

Martín-Barbero, J. (2005). Cultura y nuevas mediaciones tecnológicas, en: América latina. Otras visiones desde la cultura. Bogotá: SECAB,

Mosquera, M. (2010). La televisión educativa y cultural en Venezuela. Revista Gumillas de Comunicación. Tercer trimestre N° 151. [En línea] Disponible en https://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/textos/com2010151_49-58.pdf: 18 de noviembre de 2016.

Rodríguez, H (2001). Pedagogías Críticas: poder, cultura y diversidad. En Tendencias pedagógicas contemporáneas. Restrepo, Darío (ed.) Medellín: Corporación Región.

Sanz, J.(2006). Elementos para un marco conceptual sobre la incorporación de las TIC en la educación. Cuadernos de Filosofía Latinoamericana.

Serrano, M. (1997). La mediación de los medios. En: Martin-Barbero y Silva. (Comp) Proyectar la comunicación, Bogotá: Tercer Mundo

Valderrama, C. (2000). (Editor). Comunicación - educación: Coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: DIUC, Siglo del Hombre.

Vigotsky, L. (1988). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores, Crítica. México: Grijalbo.

Etapa II. Comprensión del proceso de producción de contenidos del medio

En esta segunda etapa de la propuesta teórica metodológica se presentan contenidos dirigidos a conocer y comprender el proceso de producción de los mensajes de la televisión, a través del lenguaje audiovisual que lo define y la política editorial que guía su programación.

Tema I.- La tecnología y economía televisiva

La televisión forma parte del contexto de las tecnologías de la comunicación y la información, la cual se ha sustentado a través de estrategias económicas que garantizan la rentabilidad de esta empresa comunicacional. La televisión no se ha limitado a ser un simple artefacto en el hogar, porque ha empleado otras tecnologías para hacerse vigente y constante a través del tiempo con el uso del internet, los teléfonos móviles, entre otros. Esta realidad le garantiza a la televisión globalidad con un ritmo de desarrollo mucho mayor a la par que avanzan las tecnologías de la mano con el crecimiento económico.

En este sentido, en un mundo cada vez más influenciado por los avances tecnológicos es necesario entender como la televisión se proyecta a través de las técnicas que conforman el lenguaje audiovisual para la materialización de los diferentes contenidos que presenta. Este lenguaje audiovisual fue heredado del cine, pero su penetración en la sociedad es sinónimo de masificación y estrategias de marketing que hace que se presente a través de diferentes pantallas que son creadas en el mundo de las tecnologías de la comunicación y la información.

Objetivo general:

- Describir los elementos del lenguaje audiovisual de la televisión, a partir de la tecnología que representa y la utilidad que le brinda a las tecnologías de la información y la comunicación como elementos complementarios para la globalización de su programación.

Objetivos específicos:

- Definir los fundamentos tecnológicos de la televisión.
- Examinar la televisión como empresa comunicacional y la política editorial que la define.
- Reconoce el lenguaje audiovisual de la televisión.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ¿Cómo consideran a la televisión desde la perspectiva tecnología?
- ¿A través de cuales medios tecnológicos acceden a la programación de la televisión?
- ¿A partir de su experiencia personal, prefieren ver la programación televisiva a través del aparato receptor, el internet o teléfonos móviles?
- Desde su perspectiva, ¿cómo analizan las actuales posibilidades de disfrutar de la programación televisiva a través de las tecnologías de la comunicación y la información?
- ¿Cómo definirían la política editorial de la televisión?
- ¿Consideran que la televisión es una empresa? ¿Por qué?

- ¿Cómo es el lenguaje que caracteriza a la televisión?
- ¿Les agrada la forma en que se presentan los contenidos que conforman la programación televisiva?

Contenidos recomendados:

a) Fundamentos tecnológicos de la televisión

La televisión constituye “un instrumento que dirige no sólo nuestros conocimientos del mundo, sino también nuestras percepciones de las maneras de conocer” (Postman, 1991: 83-84). Este instrumento o aparato tecnológico posee características muy específicas que lo hacen llegar cada día a más audiencias, ya sea por entretenimiento o información. ¿Pero qué es la televisión? “la generación, procesado, almacenamiento y transmisión de imágenes, generalmente en movimiento, así como el sonido asociado a ellas, y de otros datos o información adicional que puede ser independiente de la imagen y sonido...” (Pérez, 2006:1).

En este sentido, es primordial diferenciar el término “televisión” de “video”, porque este último está relacionado directamente con la imagen fija o en movimiento, pero sin contemplar el sonido u otros servicios.

En este contexto hay varias características del sistema de televisión, entre las cuales se pueden enumerar los tipos de transmisión y los barridos. Citando a Pérez (2006:22), el sistema de barrido está conformado por la “exploración de una imagen que se considera formada por un conjunto de líneas horizontales y éstas por una sucesión de elementos de imagen”. De esta manera, la imagen o el llamado cuadro “explora línea a línea horizontalmente y de arriba abajo”. Por esta razón, este autor reitera que “el número de líneas horizontales, así como el número de elementos en cada línea determinan la resolución de la imagen”.

Por su parte, los tipos de transmisión están más relacionados con los sistemas radioeléctricos o de cable, incluyendo los de fibra óptica. Estos sistemas se caracterizan

porque el transporte de la información es realizada a través de ondas electromagnéticas propagadas en el espacio, tales como sistemas terrestre, vía satélite o microondas (Pérez, 2006:22).

En este sentido, el sistema televisivo conserva su ancho de bandas, a través de la división de cada cuadro en dos campos, el primero conformado por líneas pares y el segundo, por líneas impares. Por esta razón en los procesos de barridos se inicia con las líneas impares y posteriormente con las pares (Pérez, 2006:22).

En la actualidad se habla de televisión analógica o digital. Estos términos están relacionados directamente a las diferentes tecnologías que se utilizan en los procesos de transmisión y recepción de la señal. En este sentido, a través de un sistema analógico todo el ancho de banda del canal es utilizado para la transmisión de un solo programa, en cambio, el sistema digital permite que con un mismo ancho de banda pueda ser ocupado por la señal de varios programas. Asimismo, la televisión cuenta con cuatro tipos de sistemas de transmisión, entre los cuales se encuentran: sistema de transmisión terrestre, por satélite, por cable o por microondas.

b) La empresa comunicacional y su política editorial

La televisión tras el fundamento tecnológico que la sustenta constituye una empresa comunicacional, la cual se rige por intereses económicos, políticos, sociales y culturales. Todo canal de televisión posee su política editorial que define su esencia como empresa, visualizando su visión, misión y objetivos que perfilarán el diseño de su programación. Esta empresa forma parte de la gran industria audiovisual que emplea la estimulación de emociones para obtener sus propósitos en las audiencias.

La línea editorial o la política editorial de la televisión constituyen el conjunto de valores o criterios que guían el diseño de la preproducción, producción y postproducción de los contenidos que serán difundidos a través del medio de comunicación. De esta manera, la línea editorial define el estilo de las producciones,

sus temáticas y las diferentes formas de abordarlas en virtud que está relacionada a las variadas formas de jerarquizar la información y los puntos de vistas que serán utilizados. En este segmento es importante acotar que la línea editorial de un medio no está directamente casada con una tendencia política determinada, está más relacionada con los principios que guían el accionar de la empresa comunicacional en una determinada sociedad. En este sentido, la UNESCO (2011) define la política comunicacional como un “conjunto de principios y normas que definen el funcionamiento y la utilización de los medios de comunicación y de información al servicio de los objetivos democráticamente elegidos por las comunicaciones nacionales y por las normas de un país”.

Es por ello, que la industria de la televisión experimenta constantes cambios debido a las condiciones tecnológicas que evolucionan vertiginosamente, adaptándose a la normativa legal que rige en el país en el cual se desempeña. En este contexto, la empresa comunicacional de la televisión amplía sus ofertas a través de las diferentes tecnologías de la comunicación y la información que se lo permite. La empresa comunicacional debe cumplir con las disposiciones legales y sociales que garanticen su funcionamiento, así como desarrollar las estrategias necesarias para generar la rentabilidad de la misma.

La rentabilidad de esta empresa comunicacional está basada en la publicidad de productos, servicios y estilos de vida, así como en las técnicas de propaganda. “La publicidad es un método para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador, a través de un medio interpersonal” (Díaz, 2003). De esta manera, este tipo de empresas utiliza estrategias de mercadotecnia al igual que otros comercios con el propósito de posicionarse en el mercado, por esta razón el medio televisivo selecciona su mercado meta, define presupuestos, contempla su personal, diseña contenidos y garantiza su sustentabilidad. Adicionalmente, las tecnologías de la comunicación y la información son utilizadas por este medio para cumplir sus objetivos

empresariales y llegar cada vez más a las audiencias de diferentes formas y así garantizar su rentabilidad.

c) *Las audiencias de la televisión*

Toda empresa televisa define un mercado meta al cual va a estar dirigido, este mercado es denominado target, audiencias, público objetivo, entre otros. La audiencia está directamente relacionada al término colectivo de receptores en el desenvolvimiento de los medios de comunicación masiva.

La televisión y las audiencias están en un constante proceso de interacción o de intercambio, los cuales se caracterizan por ser simbólicos, perceptivos, afectivos, agenciativos, normativos y pragmáticos (Orozco, 2001:107). Para este autor, el proceso de visualización de la televisión por parte de las audiencias genera facetas de interacción en la construcción de guiones mentales, patrones cognitivos, estimulación de emociones, instauración de costumbres y rutinas de comportamientos.

En este sentido la educación mediática plantea según Orozco (1996:97) indagar las relaciones de las audiencias con la televisión, explorando los procesos de mediaciones que se generan para reconocerse como tales y aprovechar pedagógicamente estas vivencias. Los inicios sobre los estudios de las audiencias estuvieron motivados por la preocupación de los posibles efectos que producían los medios de comunicación en las masas desde diferentes contextos, tales como: políticos, económicos, sociales y culturales. Históricamente se ha indagado sobre el papel de la política y definición de ideologías a través de los medios de comunicación, pero la educación para los medios está más dirigida a estudiar la variada gama de interacciones y gratificaciones con que las audiencias se relacionan con la televisión. Desde esta perspectiva, nos reconocemos como audiencia para iniciar un camino de análisis crítico para conocer de forma consciente el mundo televisivo sin satanizar al medio que disfrutamos observar y escuchar.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Fundamentos tecnológicos de la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo investigativo en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes conformarán grupos para diseñar un cuestionario para entrevistar a especialistas sobre el funcionamiento de la televisión. Para ello, utilizarán los equipos técnicos que posean disponibles (Cámaras, dispositivos móviles, trípodes, micrófonos, iluminación, entre otros) con el propósito de grabar de forma sencilla las entrevistas y ser proyectadas en clases.
- ✓ Cada grupo visualizará la entrevista realizada y elaborarán una sinopsis de los aspectos más importantes sobre el fundamento tecnológico de la televisión.
- ✓ Cada grupo presentará los resultados de su actividad y elaborarán una discusión grupal para conversar sobre los aspectos aprendidos vinculados al tema y cómo pueden ser útiles en el proceso de la educomunicación.

b) La empresa comunicacional y su política editorial

El ejercicio de este tema comprende un trabajo en clases.

Fase A: Trabajo investigativo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes en clases seleccionarán un canal de televisión de su preferencia.
- ✓ Realizarán la investigación respectiva sobre cómo está estructurada la empresa comunicacional, cómo está definida su política editorial y el empleo de otras tecnologías de la comunicación y la información para la propagación de sus contenidos en las audiencias.

- ✓ Procederán a realizar mapas conceptuales para resumir y esquematizar la investigación, los cuales serán elaborados en clases para ser conversados de forma grupal y analizar como los contenidos de la televisión son difundidos a través otras tecnologías de la comunicación y la información.

c) Audiencias de los medios

El ejercicio de este tema comprende un trabajo en clases.

Fase A: Trabajo personal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes deberán exteriorizar sus rasgos característicos como audiencias de la televisión respondiendo a las siguientes interrogantes:
 - ¿Disfrutas observar la televisión? ¿Por qué? Explique.
 - ¿Por qué le gusta la televisión?
 - ¿Qué otras cosas realiza mientras se encuentra visualizando la televisión?
 - Dentro de sus preferencias, ¿con cuál canal de televisión nacional se identifica más? ¿Por qué?
 - Dentro de sus preferencias, ¿con cuál canal de televisión internacional se identifica más? ¿Por qué?
 - ¿Cuánto tiempo diario dedica a observar la televisión? ¿Por qué?
 - ¿Cuáles son los programas de televisión que prefiere observar? ¿Por qué?
 - Cuando observa sus programas preferidos, ¿lo hace acompañado o solo? ¿Por qué?
 - ¿Qué es lo positivo que usted identifica en la programación que observa de la televisión? Explique.
 - ¿Usted observa algún aspecto negativo para la sociedad o para su entorno privado en la programación que frecuentemente observa en la televisión? Explique.

- Después de observar la televisión, ¿usted conversa sobre los contenidos que disfrutó?
- ¿Cuáles son las emociones que produce la televisión en usted a través de los contenidos que difunde?
- ✓ Los estudiantes deberán presentar los resultados del cuestionario al grupo, y junto con el profesor analizar los resultados desde la educación para los medios para reconocerse sus preferencias como audiencias.

Lecturas recomendadas:

Castell, M. (1998). La era de la información. México: siglo XXI.

Díaz, J. (2003). Propuesta de mejoramiento del proceso de producción en la realización de anuncios publicitarios del departamento de comercialización y mercadotecnia del canal 13, Televisa. México. [En línea] Disponible en <https://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/8076/capitulo2.pdf>:18 de noviembre de 2016.

Ferguson, R. (2006). Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación. Barcelona: Gedisa.

Fuenzalida, V. y Hermsilla, M. (1992). El televidente activo. Chile: Ediciones CPU.

García, A. (2003). Una televisión para la educación. La utopía posible. Barcelona: Gedisa.

García, N. (1991). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Editorial Grijalbo.

JENKINS, H. (2006). Convergence culture: where old and new media collide. New York. Ediciones NYU Press. [En línea] Disponible en <http://uoc.edu/uocpapers/4/dt/esp/jenkins.1.html>. Consulta: 11 de octubre de 2017.

John, M. (1992). Gestión de empresas informativas. Madrid: Rialp ediciones.

Martín, A. (1996). Sistemas de televisión. Madrid: Editorial Ciencia 3.

Orozco, G. (2001). Televisión, audiencias y educación. Buenos Aires, Argentina: Norma ediciones.

Pérez, F. (2009). Fundamentos de sistemas de televisión. Universidad Autónoma Metropolitana. México: Azcapotzalco ediciones.

PISCITELLI, A. (1998). Post/televisión: ecología de los medios en la era de internet. Argentina. Editorial Paidós.

Torres, L., Lleida, E. y Casas, J.(1993). Sistemas analógicos y digitales de televisión. España: Ediciones UPC (Universidad Politécnica de Cataluña).

Salinas, P. (1986). El defensor. Madrid: Alianza editorial.

SCOLARI, C. (2008). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona. Ediciones Gedisa. [En línea] Disponible en <http://ipermediaciones/carlos/scolari/cap1.pdf>. Consulta: 11 de octubre de 2017.

SEIJAS, F. (1993). Investigación por muestreo. Caracas, Venezuela. Ediciones Faces UCV.

UNESCO (2011). Más allá de los mensajes. Estrategias e instrumentos de comunicación para el desarrollo. Oficina de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. México.

Wolton, D. (2006). Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa.

Tema II.- El lenguaje audiovisual de la televisión

La televisión heredó del cine parte de su lenguaje audiovisual, el cual está compuesto por la combinación de la imagen y el sonido para la transmisión de contenidos y emociones comprensibles para las audiencias. Por esta razón, en este tema se pretende que el docente oriente a sus estudiantes en los aspectos relacionados con la representación de la realidad que realizan los medios de comunicación, conociendo

cuáles son las características del lenguaje audiovisual y sus fases de producción y postproducción.

En la educación para los medios se considera como vital que los estudiantes sean conscientes de los signos y símbolos que emplean los medios para representar la realidad y cómo pueden construir los diferentes discursos de su programación a través de las técnicas de producción empleando el lenguaje que lo define.

Objetivo general:

- Analizar el lenguaje de la televisión para ser consciente de la representatividad de la realidad y las fases de producción que lo integran.

Objetivos específicos:

- Definir en qué consiste la representación de la realidad de los medios.
- Describir los elementos que definen al lenguaje audiovisual.
- Reconocer las fases de la preproducción, producción y postproducción de los programas televisivos.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Considera que todo lo que difunde la televisión es la realidad? Explique.
- ✓ Desde su punto de vista, ¿Cuáles son las características del lenguaje audiovisual de la televisión?
- ✓ ¿Qué es una imagen?
- ✓ ¿Qué es el sonido?

- ✓ ¿Cómo se imagina usted los pasos necesarios para producir un programa de televisión?

Contenidos recomendados:

a) La representación del medio televisivo

Al observar la televisión surge la inquietud sobre si lo que difunde es la realidad o es una representación de ésta. El medio televisivo sustituye la percepción directa del ser humano sobre los acontecimientos al difundir, desde su política editorial, su visión de los acontecimientos dirigida a través de los propósitos de cada una de las diferentes producciones audiovisuales que conforman su programación.

En este sentido, uno de las finalidades de la educación para los medios es generar procesos a través de los cuales las audiencias sean conscientes de los procesos de representatividad de la realidad a través de la televisión. Área (1995:12) sostiene que “los medios son sistemas simbólicos o de signos que necesitan ser leídos de manera activa y que no son un reflejo incuestionable de la realidad externa, ni se explican por sí mismos”.

Masterman (1994:55) resalta que la representatividad de los medios es uno de los tópicos principales en los procesos de lectura crítica de la televisión, colocando bajo sospecha el tratamiento que le brindan a los diferentes contenidos que difunden. “Los medios no reflejan la realidad, la representan, son sistemas de símbolos o signos”. Por esta razón, resalta la mediación que realiza la televisión en sus contenidos en los diferentes modos de representación utilizados por los medios de comunicación, con el objetivo de tomar conciencia de la realidad representada.

b) El lenguaje audiovisual

Para Marqués (2003), el lenguaje audiovisual está integrado por “un conjunto de símbolos y normas de utilización que hacen posible esta manera particular de comunicación”. Este autor sostiene que el lenguaje audiovisual posee cuatro

características fundamentales: constituye un sistema de comunicación multisensorial; proporciona al receptor un mensaje unificado a través de la imagen y el sonido; el mensaje es sintético y moviliza la sensibilidad antes que el intelecto. De esta manera, el lenguaje audiovisual puede ser abordado en tres dimensiones: morfológica, sintáctica, semántica, estéticos y didácticos.

En este sentido, los aspectos morfológicos están formados por elementos visuales (figurativos, esquemáticos y abstractos) y sonoros (voz, música, efectos, silencios). Estos aspectos cumplen funciones informativas, testimoniales, formativas, recreativas, expresivas y sugestivas (Marqués, 2003). Los elementos visuales están integrados por puntos, líneas, formas y colores, en cambio los sonoros están conformados por las notas musicales, los efectos sonoros, la palabra y el silencio que dependiendo del contexto contribuyen con el mensaje que se desea transmitir.

Por su parte, los elementos sintácticos están más relacionados con el manejo de las cámaras en el proceso de producción televisiva, al estar involucrados aspectos como el plano, los ángulos, la composición, la profundidad de campo, la distancia focal, la continuidad, el ritmo, la iluminación, el color y su temperatura, los movimientos de cámara y los signos de puntuación visuales (Marqués, 2003).

En cambio, los aspectos semánticos poseen funciones dentro del lenguaje audiovisual, las cuales son: narrativas, descriptivas y estéticas. “El significado de los elementos morfosintácticos de una imagen depende de su articulación dentro del mensaje que se desea transmitir” (Marqués, 2003). Por esta razón, dentro de la producción televisiva se identifican significados denotativos y connotativos, donde los recursos estilísticos empleados influyen en los significados que se originen en la producción. Es importante puntualizar que el significado de los contenidos está en manos de quien observe la programación y la percepción que se genere.

Los aspectos didácticos del lenguaje audiovisual están vinculados con la producción de contenidos con propósitos pedagógicos, que pueden ser considerados

como instrumento en los procesos de enseñanza y aprendizaje, a través de apoyos visuales de diferentes temáticas a ser abordadas en los programas de estudios.

c) *Producción y postproducción en la televisión*

La producción televisiva “es el proceso por el que se articulan de manera ordenada y sistemática componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos que dan por resultado el producto audiovisual” (Carpio, 1995:14).

Toda producción televisiva contempla tres etapas básicas para su materialización. Estas etapas son: preproducción, producción y postproducción. La preproducción constituye toda la fase inicial del trabajo, en ella se desarrolla el diseño del proyecto audiovisual. Por esta razón, se considera que esta primera fase puede ser más larga que las otras dos, porque contempla actividades de investigación, guionización de la idea, planificación y organización de la producción.

La idea de toda producción televisiva es materializada a través de un guión, que tiene como propósito orientar de forma segura los pasos para la realización de la producción audiovisual. “Escribir un guión es un proceso que se realiza paso a paso. Se parte de la idea, un argumento para desarrollar una línea de acción narrativa para un desarrollo argumental” (Soler, 1988:16). De esta manera, el guión puede poseer variadas longitudes y formatos, definiendo lo que sucederá en el video, la línea de acción, la evolución de las historias, personajes o acontecimientos informativos o de entretenimiento.

El guión también permite definir en la fase de producción el plan de rodaje o grabación a cumplir. En esta etapa se inicia la ejecución de lo planificado en la preproducción, a través de la grabación profesional de las imágenes y el sonido que comprenderán la narrativa del producto audiovisual. En este sentido, se podrán elaborar programas pregrabados, en directo o transmisiones especiales. Los programas pregrabados son aquellos que se desarrollan con anticipación, concentrándose en los procesos de producción y postproducción. Los programas en directo, por el contrario

se orientan en la transmisión en vivo con apoyo audiovisual, pero la producción sucede en caliente apegada al guión establecido. Las transmisiones especiales contemplan las producciones transmitidas en exteriores ya sean en directo o diferido, donde se emplean montajes y diseños de coberturas más amplios que la de los programas habituales.

Y la última fase está definida por la postproducción en los casos de los programas que no sean en directo. Esta etapa se realiza después de la grabación, una vez que ya se cuenta con las imágenes, la música y efectos. Soler (1988:90) define a la postproducción como aquella que “engloba todos aquellos procesos operativos de base técnica y/o artística que conducen, una vez grabado el material original, al acabado definitivo de la obra, es decir, un programa televisivo tal y como llegará al conocimiento del público”. Por tal motivo comprende actividades de edición y montaje del material para construir el “hilo narrativo argumental” del programa.

En la producción televisiva no sólo se trabaja con una serie de equipos técnicos que permiten las diferentes etapas de grabación y postproducción del contenido audiovisual, también es necesario un equipo humano muy variado que participan en cada una de las etapas. Por esta razón la producción televisiva contempla los siguientes equipos: producción, realización, redacción, iluminación, cámaras, sonido, artístico o de escenografía y técnicos.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

Las estrategias recomendadas para este tema son los siguientes:

a) La representación del medio televisivo

El ejercicio de este tema comprende un trabajo en clases.

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en grupos.

- ✓ Cada grupo seleccionará un noticiero diferente de algún canal de televisión de su preferencia. Posteriormente todos seleccionarán una misma noticia que sea difundida en una fecha en específico.
- ✓ Cada grupo expondrá la forma en que cada medio presenta la misma noticia seleccionada.
- ✓ En grupos realizarán comparaciones de cómo fue representada la noticia y las diferencias en los enfoques visualizados, signos y símbolos utilizados, estereotipos, entre otros.

b) El lenguaje audiovisual

El ejercicio de este tema comprende un trabajo investigativo:

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en grupos. Seleccionarán un programa de televisión de su preferencia.
- ✓ Procederán a identificar los elementos del lenguaje audiovisual utilizados en la producción del programa, atendiendo a los aspectos: morfológica, sintáctica, semántica, estéticos y didácticos.
- ✓ Presentarán los resultados al resto del grupo y las conclusiones de su trabajo para generar un proceso de diálogo sobre los resultados obtenidos.

c) Producción y postproducción en la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo investigativo:

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes conformarán grupos y seleccionarán un programa de televisión de su preferencia.

- ✓ Elaboraran un pequeño test que contemple cada fase para la producción de un programa para televisión.
- ✓ Procederán a describir como se imaginan, atendiendo al test diseñado, la preproducción, producción y postproducción del programa seleccionado.
- ✓ Los resultados del trabajo en grupo será presentado al resto de los compañeros para generar procesos de diálogo sobre los tópicos contemplados.

Lecturas recomendadas:

Aguirre, J. y Bisbal, M. (1981). La ideología como mensaje y masaje. Caracas: Monte Avila editores.

Area, M (1995). La educación de los medios de comunicación y su integración en el curriculum. España: Pixel ediciones.

Aumont, J. (1992). La imagen. Barcelona: Ediciones Paidós.

Bueno, G. (2000). Televisión, apariencia y verdad. Barcelona: Ediciones Gedisa.

Bustamante, E. (1999). La televisión económica: financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Ediciones Gedisa.

Bruner, J. (1991). Actos de significado. Madrid: Alianza ediciones.

Carpio, S. (1995). Producción audiovisual. Fondo de Desarrollo Social. Lima, Perú.

Cipriani, I. (1982). La televisión. Barcelona: Ediciones Serbal.

González, J. (1992). El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad. Madrid: Ediciones Cátedra.

Marqués, P. (2003). Introducción al lenguaje audiovisual. Departamento de pedagogía aplicada. Facultad de educación UAB. [En línea] Disponible en <https://dewey.uab.es/pmarques/avmulti.htm> inicio.pdf:23 de noviembre de 2016.

McKee, R. (2004). El guión. España: Alba Editorial. Barcelona.

MacLuhan, M. (1971). La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. México:Editorial Diana.

Masterman, L. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación. Ediciones de la Torre. Madrid.

Soler, L. (1988). La televisión. Una metodología para su aprendizaje. Barcelona: Gustavo Gili ediciones.

Zettl, H. (2001). Manual de producción de televisión. México: Editorial Thomson.

Etapas III.- Programación televisiva desde el punto de vista del telespectador

La producción de la televisión es realizada a partir de propósitos claros en el mensaje que se difundirá, donde la persuasión se convierte en la protagonista para lograr en la audiencia lo que más se desea: credibilidad y fidelidad en los contenidos que son visualizados. En este sentido, siempre en las ciencias sociales y humanísticas ha existido históricamente la preocupación en las audiencias, por las posibles influencias que los medios de comunicación poseen en la forma de ver la vida. Por esta razón, el papel de los educadores es constituirse en un mediador y acompañante en los procesos de interacción con los medios, en este caso el televisivo. Para ello, el docente debe disminuir las incertidumbres que existan sobre el medio y reconocer que antes de ser educador ha sido audiencia del mismo.

Conocerse como audiencia y reconocer las preferencias que se poseen frente a la televisión contribuye al diseño del camino de la educomunicación. El ser una audiencia consciente de las diferentes gratificaciones que este medio produce en nuestro día a día permite el desarrollo del análisis sobre el mito de la objetividad y la agenda de consumo que propaga, al convertirse en la prolongación de diferentes actividades de las personas que integran una determinada sociedad.

Esta etapa estimula el conocernos como audiencia del medio televisivo, pero sin descalificativos o juicios, simplemente brindarnos la oportunidad de evidenciar la presencia del medio en nuestras vidas y observarlo desde el punto de vista de los telespectadores.

Tema I.- Estructura del discurso de la televisión

El discurso televisivo se caracteriza por la heterogeneidad de los diferentes géneros que son utilizados para conformar su programación. Un discurso fragmentado por spots publicitarios, promociones y contenidos informativos, deportivos, de entretenimiento y culturales. La característica más notoria del discurso del medio es que este suele ser permanente e interminable durante las 24 horas de difusión diaria que realizan las plantas televisivas.

Esta realidad programacional es diseñada con el propósito de garantizar la rentabilidad económica de la empresa comunicacional, bajo la fórmula del beneficio de los anunciantes, las agencias de publicidad y por ende del medio. El discurso construido se materializa en una programación que se relaciona con la cultura y los hábitos sociales de la sociedad a la cual pertenece la planta televisiva.

Objetivo general:

- Analizar la estructura discursiva de la televisión, a través de su programación y programadores en el diseño de la cultura del espectáculo y la representación.

Objetivos específicos:

- Identificar la estructura discursiva de la televisión.
- Describir las características generales de la programación televisiva y sus programadores.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué es ser audiencia?
- ✓ ¿Qué entiende por programación televisiva? Explique.
- ✓ ¿Conoce cuál es el papel de un programador de un canal de televisión?
- ✓ Desde su punto de vista, ¿qué entiende como espectáculo e imaginación?
- ✓ ¿Cuáles son los discursos televisivos de su preferencia?

Contenidos recomendados:

a) El discurso de la televisión

La televisión posee su propio discurso, el cual es construido a través de las características del lenguaje audiovisual y de los propósitos que posee cada producción dentro de una planta televisiva. Los ingredientes principales de ese discurso se caracterizan por la representación, el espectáculo y la sustentabilidad económica, a través de la programación comercial con la publicidad. González Requena (1988:30) se refiere al discurso televisivo destacando que en su estructura funcional están presentes la fragmentación y la continuidad.

Esta continuidad permite la diversificación de variados géneros audiovisuales para el diseño y producción de la programación que integra al medio, brindándole coherencia en sus propósitos comunicacionales y comerciales. De esta manera, se genera un discurso que aparentemente no posee un final, donde inicia un contenido que es seguido por otro. La construcción del mensaje que es presentado a través de la producción televisiva define su discurso, el cual es utilizado para lograr procesos de

identificación en las audiencias y garantizar la fidelidad de la misma en los contenidos difundidos y en los productos y/o servicios ofrecidos.

En este sentido, Aguaded (1998) resume los tipos de discursos televisivos atendiendo a las variadas producciones realizadas en la televisión y las funciones que ejerce cada uno de ellos en las audiencias:

- Discurso hipertrófico: resalta la función comunicativa de los medios de comunicación, donde se presenta una acumulación de información y por ende la redundancia, insistencia y ruido, a través de una visión simbólica de la realidad generando una perspectiva atrofiada.
- Discurso espectacularizante: este discurso destaca que la realidad que es construida y difundida por la televisión es presentada como un espectáculo para las audiencias.
- Discurso autocontextualizado: la televisión es más que la producción de programas concretos. Este medio está diseñado en la programación como un todo, lo cual conforma la llamada superestructura de la televisión.
- Discurso conversacional: el cual está definido por las diferentes conversaciones que son presentadas en las producciones televisivas, a través de géneros de ficción, donde la audiencia observa las variadas comunicaciones que desarrollan los diferentes personajes que protagonizan el mensaje del medio.
- Discurso fantasmático: el medio da la ilusión de vida y realidad a los personajes que forman parte de la programación, para mostrarse de forma real y no ficticia.
- Discurso fático y conativo: destaca que la programación televisiva está inmersa en lo fático en virtud de la preeminencia del contacto más que de la información. Asimismo, es conativo porque es apelativo a la atención de la audiencia en un mensaje ilusionista que promueve a la seducción.

- Discurso palimpsestico: el mensaje televisivo se caracteriza por una linealidad discontinua, incoherente y con poca lógica.
- Discurso intertextual: los contenidos de la televisión se entrecruzan y se imitan unos a otros, a través de sus diferentes programas.
- Discurso narrativo: el género que más prevalecen en el discurso televisivo es el de las historias ficcionales, tales como las series, telenovelas, miserias, entre otras.
- Discurso hipnótico: la producción televisiva apela más a los efectos emotivos que al razonamiento con la ayuda de los códigos visuales, escritos y sonoros.
- Macrodiscurso: la televisión no crea un lenguaje nuevo, sólo utiliza lenguajes ya creados.
- Discurso pansincrético: el medio se caracteriza por reunir, integrar y utilizar diferentes códigos para crear sus variados mensajes.

b) Características del discurso de la televisión

La televisión posee características propias que lo definen como medio y lo diferencian del resto de los medios de comunicación. Estas características técnicas también influyen en el diseño de su discurso en cada uno de los programas que la conforman. Por esta razón, el discurso televisivo tiene su propio ritmo y crea su linealidad diferente a las demás. La brevedad de la televisión hace que se muestre en exceso lo que se desea comunicar.

La inmediatez de la televisión recorta las distancia y construye un mundo paralelo al real, donde la ubicuidad le permite conectar diferentes escenarios, acontecimientos y penetrar en la vida cotidiana de la sociedad. El diseño del discurso televisivo se ve inmerso en la caducidad donde el mensaje es efímero, pero

de gran impacto debido a la penetración y posicionamiento del medio en la audiencia.

Es por ello, que la televisión apela más a la emoción que a la razón (Jakobson, 1975). El discurso televisivo fascina y gratifica a la audiencia, “porque el espectador tiene la oportunidad de vivir el conflicto narrativo como una prolongación metafórica de sus propios conflictos internos” (Ferrés, 2000:97).

En este proceso que describe Ferrés (2000) se identifican dos fases: la identificación y la proyección. En este sentido, la identificación se genera cuando la audiencia al observar la televisión está de acuerdo total o parcialmente con lo presentado en el discurso televisivo por considerarlo como un reflejo de su propia existencia. Por su parte, la proyección está relacionada cuando la audiencia transfiere sus diferentes sentimientos sobre la historia de ficción que difunde la televisión.

c) Programación televisiva y programadores

La empresa comunicacional de la televisión está conformada por su grilla de programas, la cual está integrada por producciones, promociones y publicidad. La educación para los medios especialmente se impulsa desde la necesidad de realizar una mirada integral de los elementos que conforman la paleta de contenidos de este medio. Bates (1984:213) resume las características del control de la televisión que forman parte de las estrategias de su programación, tales como: horario fijo, escasez de tiempo, efímero, no revisable, continuo, holístico y rico en significado.

A partir de estas características se configura la producción, que para Carpio (1995:14), constituye un “proceso por el que se articulan de manera ordenada y sistemática – y en muchos casos, instintiva – componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos que dan por resultado el producto audiovisual”. La comunicación televisiva es en esencia programación, la cual supone un proceso creativo de orden lógico de programas, a partir de los objetivos de la empresa

comunicacional. Esta programación es organizada a partir de las temáticas, funciones, técnicas y estilos. Como señala Calvo (1996:162) no existen programaciones perfectas o ideales, y tampoco podrán existir porque el espectro social de las audiencias es muy variado.

Para ello, dentro de la empresa comunicacional existen los programadores, que son las personas encargadas de diseñar la parrilla de programas que definirá a la planta televisiva. El compromiso de los programadores de la televisión es arduo y continuo porque deben organizar contenidos los 365 días del año de forma atractiva para las audiencias de los medios, apoyándose en sondeos de opinión pública, estudios de preferencias y los objetivos económicos, sociales y políticos de las televisoras.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) El discurso de la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo de investigación:

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en grupos. Seleccionarán un canal de televisión de su preferencia.
- ✓ Investigarán sobre los diferentes discursos televisivos y procederán a seleccionar una muestra de la programación del canal seleccionado.
- ✓ En equipo conversarán si identifican algún tipo de discurso estudiado en clases en la muestra seleccionada.
- ✓ Presentarán los resultados al resto del grupo y las conclusiones de su trabajo para generar un proceso de diálogo sobre los resultados obtenidos.

b) Características del discurso de la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo de investigación:

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes seleccionarán un programa de televisión de su preferencia.
- ✓ Diseñarán un cuestionario, donde se formularán preguntas sobre las características del discurso televisivo del programa seleccionado.
- ✓ Este cuestionario será aplicado a los productores del espacio televisivo seleccionado.
- ✓ Los resultados de la entrevista más los conocimientos adquiridos en clases serán los insumos para presentar un análisis sobre la actividad realizada al grupo de estudio desde la perspectiva de la educación para los medios.

c) Programación televisiva y programadores

El ejercicio de este tema comprende un trabajo de investigación:

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en equipos de trabajo.
- ✓ El docente asignará diferentes canales de televisión y los estudiantes deberán coordinar una entrevista con el programador del canal.
- ✓ Los estudiantes diseñarán un cuestionario para la entrevista, donde se formularán preguntas sobre cómo es el proceso para el diseño de la grilla de programación del canal de televisión.
- ✓ Este cuestionario será aplicado al programador.

Fase B: Trabajo grupal

- ✓ Presentarán los resultados al resto del grupo y las conclusiones de su trabajo para generar un proceso de diálogo sobre los resultados obtenidos. Adicionalmente, realizarán aportes personales al proceso de diseño de una grilla de programación desde la perspectiva de la educación para los medios.

Lecturas recomendadas:

Aguaded, J. (1999). *Convivir con la televisión: Familia, educación y recepción televisiva*. España: Editorial Paidós. Barcelona.

Barroso, J (1996). *Realización de géneros televisivos*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

Bryants, J. y Zillmann, D. (1996). *Efectos mediáticos*. Barcelona, España: Editorial Paidós Comunicación.

Casasús, J. (1985). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, España: Editorial Mitres.

Carbonell, J. (2006). *La educación y su representación en los medios*. Madrid, España: Editorial Morota.

Cebrián, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: editorial Ciencias.

Contreras, J. y Palacios, M. (2001). *La programación de la televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.

De Moraes, D. (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: editorial gedisa.

Durán, J. (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona, España: Grafica Rey.

Jauset, J. (2000). *La investigación de audiencias en televisión*. Barcelona, España: Editorial Paidós.

González Requena, J. (1988). El discurso televisivo: espectáculo de postmodernidad. Madrid, España: Editorial Cátedra.

Landow, G. (2009). Hipertexto 3.0, teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización. Barcelona: Paidós.

Levis, D. (2009). La pantalla ubicua: televisores, computadores y otras pantallas. Buenos Aires: La Crujía ediciones.

Luhmann, N. (2000). La realidad de los medios de masas. Barcelona, España: Editorial Anthropos.

Mcluhan, M. (1971). La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. México: Editorial Diana.

Montero, Y. (2006). Televisión, valores y adolescencia. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Orza, G. (2002). Programación televisiva. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Crujía.

Serrano, M. (1986). La producción social de la comunicación. Madrid, España: Editorial Alianza.

Tema II.- Comprensión social del medio televisivo

La televisión como todo medio de comunicación posee una relación directa con su audiencia y con el entorno social en el cual opera. Por esta razón, la televisión se relaciona con sus televidentes desde diferentes pautas de intimidad dentro del contexto social de las personas, donde su uso cotidiano garantiza su vigencia en el día a día.

Es por ello que la televisión se constituye como un elemento que permite la experimentación en la vida cotidiana a través de los diferentes mensajes que difunde. El televidente al observar su programación puede apreciar variados estados de ánimos,

disfrutar de la globalización de sus informaciones y las representaciones que presentan de un mundo cada vez más cercano por su inmediatez y versatilidad en su discurso.

Objetivo general:

- Reconocer desde la perspectiva social los aspectos que explican la trascendencia de la televisión en la vida de las personas.

Objetivos específicos:

- Definir el papel de la televisión como medio de socialización.
- Describir a la televisión como elemento gratificador en los niveles sensoriales, mentales y psíquicos de las personas.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Consume algún producto que ha visualizado en la televisión? ¿Por qué?
- ✓ ¿Se identifica con algún personaje de la televisión? ¿Le gustaría ser como él? ¿Por qué?
- ✓ ¿Utiliza a la televisión como referencia para sus interacciones sociales?
- ✓ En situaciones que se le presentan en la vida real, ¿imita cómo actúan diferentes personajes de la televisión?
- ✓ ¿Usted imita gestos o frases de personajes de la televisión? ¿Cuáles?

Contenidos recomendados:

- a) *La televisión como prolongación de la persona y agente de consumo*

Ferrés (1995: 15) explica que la televisión ejerce influencia directa en las audiencias, en virtud de que se convierte en algunos casos en la prolongación de las

personas y su preponderancia directa en el consumo de los diferentes productos y servicios que promociona. El mismo McLuhan (1964) cuando explicaba las características de los medios de comunicación destacaba el papel de estos instrumentos tecnológicos como extensiones del hombre.

En este sentido, el discurso audiovisual que es difundido provoca estimulaciones en las audiencias, a través de las características de su lenguaje audiovisual, al producir la vivencia de experiencias en la representación de la realidad en sus variados discursos. Estas experiencias satisfacen las expectativas de la audiencia mediante los diferentes sistemas perceptivos y emotivos que el ser humano puede desarrollar al observar una determinada programación.

La rentabilidad de la empresa comunicacional está basada no tanto en la programación que difunde sino en el anunciante que contribuye con la publicidad o patrocinio en la sustentabilidad de la planta televisiva. Es por ello, que para satisfacer al anunciante, la televisión debe poseer la mayor cantidad de audiencia posible, la cual observará, seguirá y adquirirá el producto o servicios que se difunda en el medio. De esta manera, la televisión siempre estará relacionada con el consumo, ya sea de su programación o de su publicidad (Cebrián, 1995:499).

b) *Gratificación sensorial, mental y psíquica con la televisión*

El disfrutar de la programación televisiva involucra todos los sentidos de los seres humanos, donde la fascinación en sus contenidos está relacionada con los procesos de gratificación que producen en la audiencia. Ferrés (1994:49) explica que la televisión constituye un constante proceso de estímulos visuales, sonoros y emotivos que transportan al ser humano a escenarios y vivencias fascinantes, atractivas, seductoras y si lo desea también a situaciones no muy agradables. Esta realidad permite una gratificación mental que responde a las necesidades básicas del ser humano.

Los diferentes símbolos que utiliza la televisión en la producción de su discurso influyen en los procesos de gratificación psíquica, porque la audiencia se involucra en

la vida de los personajes que son presentados en los relatos de ficción sumergiéndose en su atmosfera y forma de ver la vida. Según Ferrés se crea una especie de “inconsciente colectivo”, donde la audiencia supera las dificultades de la realidad a través del discurso o espectáculo televisivo.

Ferrés (1994: 58) explica esta gratificación como un ejercicio de catarsis que realiza el receptor de la televisión, lo cual apunta a una llamada esquizofrenia donde la audiencia sabe que lo que está viviendo es un relato de ficción del medio, pero que lo disfruta como si fuera una realidad. “El espectador parece que acude a la pequeña pantalla para huir de sí mismo, y paradójicamente, se encuentra con un mundo que lo refleja”.

c) *La televisión como medio de socialización*

La televisión es un instrumento de penetración cultural porque influye en ella a través de la modelización de los comportamientos de las personas que la visualizan, presentándose como un agente socializador al dar a conocer modelos de experiencias como referencias en un determinado grupo social. Ferrés (1994:79) explica que la televisión contribuye en la imagen que poseemos de la realidad, porque nos presenta otras realidades y civilizaciones que pueden formar parte de otro espacio o tiempo, las cuales no necesariamente se muestran como reales sino como una construcción del discurso del medio.

Pérez Tornero (1994:15) sustenta que los medios de comunicación son espacios donde lo público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden desde lo más elemental de la cultura de una determinada sociedad. Si entendemos a la socialización como un proceso básico de transmisión, adquisición e interiorización cultural y que garantiza su continuidad en el tiempo, se identifica que la televisión es uno de esos medios que influye directamente en los procesos de socialización. Por esta razón, el medio televisivo puede ser utilizado como un instrumento de concienciación y sensibilización debido a las diferentes facetas en las cuales se desenvuelve.

Asimismo, la televisión opera como un agente globalizador donde las audiencias pueden recibir variadas informaciones desde diferentes países, convirtiéndose en un punto de encuentro para acceder a diferentes aspectos de la vida cotidianas que son representadas mediante los discursos televisivos. Es de destacar, que como indica Ferrés (1994:102) los posibles riesgos de manipulación de los mensajes de la televisión se disminuyen con educación al convertir a las audiencias en seres conscientes de su realidad empresarial.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) La televisión como prolongación de la persona y agente de consumo

El ejercicio de este tema comprende un trabajo individual y grupal.

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes se conformarán en equipos.
- ✓ Diseñarán dos mapas conceptuales en el cual reflejen como la televisión actúa como prolongación de la persona y agente de consumo.

Fase B: Trabajo grupal

- ✓ Los resultados del diseño debe ser presentado en clases al resto de participantes, donde se generará guiados por el docente una conversación sobre los aspectos reflejados en los mapas conceptuales.
- ✓ Estos mapas conceptuales deben ser impresos en carteles, los cuales serán pegados en los espacios académicos para la consulta de otras personas.

b) Gratificación sensorial, mental y psíquica con la televisión

El ejercicio de este tema comprende un trabajo individual y grupal.

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.

- ✓ De forma individual cada participante enumerará la programación televisiva de su preferencia, indicando el formato y los contenidos que presentan frecuentemente.
- ✓ Seguidamente, cada uno de los participantes, se realizará las siguientes preguntas en el marco de la programación descrita en el segmento anterior:
 - 1.- ¿Qué sientes al observar la programación seleccionada?
 - 2.- ¿Consideras que la programación te estimula afectivamente?
 - 3.- ¿Cómo disfrutas de esta programación? ¿Sólo o acompañado?
 - 4.- ¿Qué pensamientos te estimula la televisión y la programación seleccionada?
 - 5.- ¿Realizas alguna otra actividad mientras observas la programación?
 - 6.- ¿Observas algo positivo en la programación que visualizas en la televisión?

Fase B: Trabajo grupal

- ✓ Los resultados del cuestionario debe ser presentado en clases al resto de participantes, donde se generará guiados por el docente una conversación sobre los hallazgos encontrados, los cuales deben ser guiados en el campo educucomunicativo.

c) La televisión como medio de socialización

El ejercicio de este tema comprende un trabajo grupal:

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ En equipo se investigará sobre qué se entiende cómo socialización, cuáles son sus etapas y cómo los medios influyen en este proceso.
- ✓ Posteriormente el grupo realizará un pequeño guión de ficción para un micro teatro, donde ejemplifiquen cómo la televisión influye en el proceso de socialización.

- ✓ En clases se revisarán los guiones y se organizarán los detalles para las presentaciones de las micro obras de teatros para los grupos de estudios.
- ✓ Al finalizar se elaborará un conversatorio para dialogar sobre las actividades efectuadas y formular conclusiones.

Lecturas recomendadas:

Aguaded, J. (2000). Televisión y teleespectadores. Grupo Comunicar. Huelva, España.

Álvarez, J. (1997). Imágenes de pago. Madrid: Gragua editorial.

Aubert, A., Flecha, r. et al. (2010). Aprendizaje dialógico en la sociedad de la información. Editorial Hipatia. Barcelona, España.

Barrios, L. (1993). Familia y televisión. Editorial Monte Ávila. Venezuela.

Blumler, J. (1993). Televisión e interés público. Barcelona: Bosch Comunicación.

Castells, M. (1998). La era de la información. Editorial: Siglo XXI. México.

Ferrés, J. (2000). La educación como industria del deseo: un nuevo estilo comunicativo. Editorial Gedisa: Barcelona.

Ferrés, J (1996). Televisión subliminal: socialización mediante comunicaciones inadvertidas. Editorial Paidós. Barcelona.

Ferrés, J. (1994). Televisión y educación. Editorial Paidos Ibérica. Barcelona.

Fuenzalida, V. (1997). Televisión y cultura cotidiana. Fundación Konrad Adenauer. Santiago de Chile.

García Canclini, N. (1999). La globalización imaginada. Editorial Paidós. Argentina.

Martín Barbero, J. (1986). De los medios a las mediaciones. México, Gustavo Gili.

Martín Serrano, M. (1977). La mediación social. Madrid, Akal.

McMahon, B. y Quin, R. (1997). Historia y estereotipos. Ediciones La Torre. Madrid, España.

Padilla, R. (2004). *Relatos de telenovelas: vida, conflicto e identidades*. Editorial UdeG/UAAAd. México.

Pérez Tornero, J. (1994). *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Editorial Paidós. Barcelona, España.

Valbuena de la Fuente, F. (1997). *Teoría de los usos y gratificaciones*. Madrid: ediciones Noesis.

Wolton, D. (1992). *Elogio al gran público*. Barcelona: Gedisa.

Etapa IV.- Lectura crítica de los contenidos de la televisión

En el marco de la educación para los medios se promueve la práctica de la lectura crítica de los contenidos que son difundidos por la televisión. Entendiendo que la criticidad implica una acción reflexiva “que moviliza a la conciencia de sí y compromete al sujeto a una reorganización crítica de su conocimiento, incluso a una nueva puesta de sus puntos de vista fundamentales” (Tellez, 1993: 64). Este proceso es necesario que sea practicado por los docentes como audiencia de la televisión, pero también como agentes motivadores en sus futuros educandos.

Kaplún compara a la lectura crítica de la televisión con la hermenéutica porque “va más allá, más adentro de lo que está a la vista en el mensaje y penetra las estructuras ideológicas” (Kaplún, 1992: 167). Para ello, el ejercicio docente debe tener como propósito hacer consiente la posible manipulación ideológica que ejercen los medios sobre las audiencias. Esta actitud crítica está direccionada a formar receptores con habilidades y destrezas para descubrir el discurso de la televisión, sometiéndolo a sospecha para lograr una reflexión, donde la problematización de los contenidos permita analizarlos desde diferentes perspectivas.

La televisión está en la cotidianidad de la vida y a pesar que está allí como inadvertida influye en nuestro contexto, por esta razón es importante aprender acercarnos a ella como un proceso de auto observación para iniciar el camino de la

lectura crítica de sus mensajes. El escenario educativo y más uno el ejercicio de la profesión como docente, representa un cultivo de variadas alternativas para formar a mejores ciudadanos en el contacto diario con la televisión.

La escuela y la familia son los epicentros posibles para poder desarrollar estrategias, donde se converse sobre los contenidos de la televisión, pero sobre todo para que sean abordados no desde la descalificación y el juicio, si no desde nuestras gratificaciones con el medio, para empezar a entendernos a nosotros como audiencia y así dar paso al análisis de sus contenidos y la representación de la realidad que los envuelve. Por esta razón, el docente según sostiene Kaplún (1992:170) debe estimular la lectura crítica como una actividad inductiva y participativa, donde lo personal y la visión grupal juegan un papel protagónico para descubrir en equipo y bajo tácticas constructivistas y motivacionales al mensaje televisivo.

En este orden de ideas la educación para los medios valora la visión personal que se posea sobre el contenido televisivo, pero como toda disciplina apela a estrategias metodológicas para la iniciación en este proceso, la cuales le brindan confiabilidad y objetividad a los análisis que se realicen. Por esta razón, la audiencia no se puede distanciar de la televisión, porque la educación para los medios tiene como propósito educar con la televisión y para la televisión.

Tema I.- Educar a ver la televisión

¿Es necesario educar para ver la televisión? Quizás la actividad de visualización de los contenidos que difunde este medio puede ser considerado lo más sencillo y fácil de hacer, sin embargo, educar a ver la televisión posee objetivos claros que van orientados a ser conscientes de la realidad de este medio, su naturaleza de trabajo, propósitos sociales e ideológicos.

La labor de educar a ver la televisión puede ser realizada desde la escuela y los núcleos familiares para el análisis y comprensión de su programación. Las técnicas

pueden ser muy sencillas, desde observar el medio en familia para después conversar sobre su contenido para desglosar sus propósitos o realizar análisis con estrategias metodológicas diseñadas para conocer la estructura del discurso televisivo.

Objetivo general:

- Aplicar desde el ejercicio docente estrategias para la educomunicación en las audiencias.

Objetivos específicos:

- Analizar el papel de la escuela y la familia frente al medio televisivo.
- Reconocer el papel del diseño y producción de materiales didácticos para la EPM.
- Examinar las posibilidades en el contexto de la enseñanza para educar a ver la televisión.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ Desde su perspectiva, ¿cómo calificarían el proceso de educar la mirada de la audiencia frente a la televisión?
- ✓ ¿Cuál es el papel como docente que poseen en los procesos educomunicativos, en especial hacia la televisión?
- ✓ ¿Quién enseña a las audiencias a ver la televisión?
- ✓ ¿Qué tipo de estrategias te imaginas como futuro docente para acompañar la visualización de la televisión?

- ✓ En la relación docente y alumno, desde su perspectiva, ¿Cuáles son los aspectos que pueden aprender los alumnos de la televisión?

Contenidos recomendados:

a) Educación la mirada hacia la televisión

Las tecnologías, y dentro de ella la televisión, representan un papel fundamental en el desenvolvimiento del día a día de las personas. Su presencia en la vida es tan cotidiana que su influencia positiva o negativa es inadvertida. Esta realidad hace necesario que como televidentes seamos educados para nuestro contacto con los medios desde diferentes escenarios de la educación formal. Educar la mirada hacia la televisión visibiliza el papel del educador en esta labor que consiste en sensibilizar a sus alumnos como telespectadores desde las diferentes dimensiones de la educación para los medios: alfabetizado, consciente, social, activo, crítico, creativo (Martínez de Toda, 1998).

La educación para los medios tiene como propósito hacernos conscientes de los contenidos que difunde la televisión, pero sobre todo a cultivar una autonomía crítica hacia ella. Masterman (1993:16) enumera que la educación para los medios es necesaria en el sistema escolar formal y en ambientes no formales por el elevado índice de consumo que existe sobre los contenidos que difunden los medios, logrando grados de saturación en las sociedades por su importancia ideológica, aumento de manipulación, fabricación de información e incidencia en diferentes áreas sociales.

Al educar la mirada hacia la televisión los educadores deberán iniciar un proceso de identificación del uso del medio televisivo por parte de sus estudiantes, con el empleo de estrategias constructivistas y motivadoras, para dialogar sobre su programación y contextualizar experiencias con los contenidos académicos establecidos. Es por ello, que el educador no debe utilizar al medio televisivo en los procesos educativos con un simple enfoque instrumentalista. Educar la mirada hacia la televisión le brinda la responsabilidad al educador para desempeñar procesos de

mediación y entendimientos en las diferentes formas que surgen a la par del medio y que constituyen aprendizajes en el entorno en el cual se desenvuelven los alumnos en la sociedad.

b) *El papel del maestro y la familia frente al medio televisivo*

La educación para los medios puede ser practicada desde diferentes escenarios, pero la escuela y la familia son contextos fundamentales, donde la comunicación constituye un papel primordial en los procesos de interacción en la enseñanza, aprendizaje y socialización. La comunicación abre los espacios informativos que permiten los diferentes accesos al conocimiento sin necesidad de encontrarse en la institucionalidad de la escuela. Por tanto, es necesario que el núcleo familiar ayude a la labor educativa en el cotidiano contacto que tienen los educandos con la televisión y la escuela involucre a la comunicación como hecho de estudio para entender la constante interacción que tiene este medio en los procesos de aprendizaje.

En este sentido, el docente enfrenta cotidianamente en la escuela la influencia de la televisión en sus alumnos, la cual es reflejada en los saberes, pero sobre todo en las actitudes y comportamientos que son observadas en las aulas. No existe ninguna duda de lo educativa que puede ser la televisión, lo que sí se debe destacar es que no cuenta con una estrategia pedagógica manejada en la práctica educativa. Su lenguaje y los recursos audiovisuales acuden más al entretenimiento y la hacen más atractivas que las clases magistrales. Esta realidad constituye un reto para los educadores quienes pueden utilizar a la televisión no sólo como una tecnología educativa. Por esta razón, Ferrés (1998:15) expresa “si una escuela no enseña a ver televisión, ¿para qué mundo educa? La escuela tiene la obligación de ayudar a las nuevas generaciones de alumnos a interpretar el mundo de la cultura?”

El seno familiar también debe ser garante de procesos de diálogo sobre los contenidos y conocimientos que son adquiridos a través de la televisión, con el

propósito de orientar a sus hijos en las contantes actividades de la socialización, caracterizada por valores sólidos en la formación de una sociedad y una cultura garante de buenos principios. La responsabilidad de la familia está directamente vinculada con el reconocer el accionar de la televisión no desde la descalificación, sino partiendo de las gratificaciones que permite y motivando la lectura crítica de sus contenidos.

c) La escuela y la educación para la televisión

La escuela y sus maestros pueden poner en práctica la educación para la televisión desde diferentes contextos. No se requiere una asignatura o un espacio exclusivo para poder practicar la educación para televisión. La versatilidad y presencia en la cotidianidad de este medio permite que sea tratado como un eje transversal para diferentes temas académicos. En este sentido, la televisión para la escuela debe ser más que un instrumento educativo dentro de la gama de las tecnologías de la comunicación y la información. En la actualidad la escuela debe poseer enfoques para no satanizar a este medio de comunicación y poder utilizarlo como una fuente de aprendizaje, entendiendo e interpretando el significado de sus mensajes.

De esta manera, el espacio escolar debe promover pautas y guías para la reconstrucción de las narraciones televisivas que están cargadas de aspectos ideológicos y moralizantes. Es por ello, que es necesario comprender los diferentes procesos a través de los cuales la televisión influye en las etapas de aprendizaje. Conociendo no solo el contenido que difunde sino además las formas en las cuales las representa. La escuela no puede considerarse una isla aislada de la realidad cuando sus educandos están contantemente en interacción con el medio televisivo. Por otro lado, no es equilibrado juzgar a la televisión como un agente de efectos inevitables en la sociedad, cuando cada ser humano en virtud que es un proceso complejo, donde se involucran muchas variables sociales y culturales de las personas.

La televisión posee características directas que pueden ser aprovechadas en los procesos de enseñanza, tales como la vivencialidad, simultaneidad, aspectos

multimedia, finalidad divulgativa y temática reiterativas. Frente a esta realidad el papel del docente es vital, porque él es quien a partir de su planificación pedagógica determina cómo, cuándo y el propósito de cómo se utilizará el medio en el aula considerando como un eje transversal en las temáticas que pueden ser abordadas. El hecho televisión en la educación para los medios requiere necesariamente conocer las gratificación que produce el medio, y para ello se debe conocer al educando en las tres fases del contacto con la televisión: contexto antes de la televisión, contexto durante a visualización y contexto después de la visualización.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Educación la mirada hacia la televisión

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes reconozcan como la televisión presenta sus contenidos valorando lo visual y lo auditivo para comprender su programación. En conclusión este ejercicio promueve la consciencia que todos no observamos lo mismo cuando visualizamos la misma programación y tampoco le brindamos la misma interpretación. Por ello, se debe ser cuidadoso en lo que se observa y escucha para el proceso de análisis e interpretaciones.

Fase A: Ejercicio visual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El profesor deberá contar con un televisor en el aula de clases.
- ✓ Seleccionará un fragmento de una determinada programación. Este ejercicio se puede realizar con cualquier género televisivo y con cada uno los resultados pueden ser diferentes.
- ✓ Colocará en el televisor la programación seleccionada que puede ser una muestra que dure 15 minutos, pero no le colocará volumen.
- ✓ Los estudiantes observarán la programación en silencio.

- ✓ Al concluir los 15 minutos cada uno manifestará que observó o entendió de lo visualizado.
- ✓ El profesor volverá a colocar la programación, pero en esta oportunidad con volumen.
- ✓ El grupo conversará sobre lo que observaron en esta oportunidad con volumen y realizarán las comparaciones y diferencias del mensaje cuando falta uno de los sentidos, como el auditivo para comprender el propósito de la programación. Adicionalmente, quedará en evidencia que aunque observen lo mismo cada persona le da una interpretación diferente, la cual dependerá del receptor y su contexto.

Fase B: Ejercicio auditivo

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El profesor deberá contar con un televisor en el aula de clases.
- ✓ Seleccionará un fragmento de una determinada programación. Este ejercicio se puede realizar con cualquier género televisivo y con cada uno los resultados pueden ser diferentes.
- ✓ Colocará en el televisor la programación seleccionada que puede ser una muestra de que dure 15 minutos. El televisor se ubicará de espaldas a los estudiantes para que estos solo escuchen y no visualicen el contenido.
- ✓ Al concluir los 15 minutos cada uno manifestará que escuchó, entendió y como se imagina que ocurren los hechos.
- ✓ El profesor volverá a colocar la programación, pero en esta oportunidad podrán escuchar y visualizar al mismo tiempo.
- ✓ El grupo conversará sobre lo que observaron en esta oportunidad y realizarán las comparaciones y diferencias del mensaje cuando falta uno de los sentidos, como el visual para comprender el propósito de la programación.

Adicionalmente, quedará en evidencia que aunque escuchen el mismo audio cada persona le da una interpretación diferente, la cual dependerá del receptor y su contexto.

b) *El papel del maestro y la familia frente al medio televisivo*

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes reconozcan el papel que representa en los procesos de visualización de la televisión y cómo pueden promover la educación para los medios desde la escuela y el entorno familiar.

Fase A: El papel del maestro

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes se conformarán en grupo con el propósito de analizar el papel del maestro para promover la educación para los medios. En este sentido, realizarán una investigación sobre el tema.
- ✓ Posteriormente elaborarán un mapa resumen sobre cómo el maestro puede estimular en el contexto de su ejercicio profesional la educación para los medios.
- ✓ Seguidamente el equipo realizará recomendaciones de actividades pedagógicas a través de las cuales se estimularía la educación para los medios en los diferentes contextos educativos. Tomando en consideración los géneros televisivos, los hechos de representatividad del medio, manejo de estereotipos y la integración familiar en los procesos de la lectura crítica de la televisión.
- ✓ Diseñarán un ejercicio práctico al respecto, el cual deberá ser aplicado a una muestra.
- ✓ Los resultados serán conversados en clases para a través de un proceso dialógico reflexivo elaboren conclusiones desde la visión de la educación para los medios.

Fase B: El papel de la familia

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Cada estudiante ejemplificará cómo desde su desempeño profesional en las instituciones académicas contribuirá para involucrar a la familia en los procesos de la educación para los medios.
- ✓ Las estrategias serán dramatizadas en clases con el grupo de estudio con el propósito de conversar sobre ellas y optimizarlas.

c) *La escuela y la educación para la televisión*

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes reconozcan el papel de la escuela y la educación para los medios, a través de una exposición grupal con la utilización de afiches que ejemplifiquen los temas abordados.

Fase A: La escuela y la educomunicación

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformar grupos de trabajos donde se analizarán los siguientes temas: a) El aprendizaje y la influencia de la televisión; b) Intercambio formativo o informativo de la televisión; c) Cómo promover la educomunicación desde la escuela; d) Cómo es la escuela y la televisión en un contexto cotidiano en medio de una sociedad mediatizada.
- ✓ Cada tema deberá ser investigado y desarrollado por los grupos. Los resultados deberán ser reflejado en la elaboración de un blog informativo y compartido con personas del gremio.

Lecturas recomendadas

Aguadé, I. (1999). *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Paidós ediciones. Barcelona.

Albero, M. (1984). *La televisión didáctica*. Barcelona, Mitre.

- Ausubell, D. (1986). *Psicología Educativa*. México. Ediciones Trillas.
- Barrios, L. (1992). *Familia y televisión*. Caracas, Monte Ávila Editores.
- Coll, C. (1990). *Un marco de referencia psicológico para la educación escolar. La concepción constructivista del aprendizaje y de la enseñanza*. Madrid, España. Ediciones Alianza.
- Hermosilla, M. (1987). *Explorando la recepción televisiva*. Santiago de Chile, Ceneca.
- Jacquinet, G. (1996). *La escuela frente a las pantallas*. Buenos Aires, Aique.
- Martínez, J. ¿Cómo analizar los materiales? [En línea] Disponible en: www.neuquen.edu.ar/regresoreceso/materiales%20otros/martinez_banafe_como_analizar_losmateriales.pdf. Consulta: 14 de mayo de 2015.
- Piemme, J. (1980). *La televisión: un medio en cuestión*. Barcelona, Fontanella.
- Rico, L. (1994). *El buen telespectador*. Madrid, Espasa Calpe.
- Rico, L. (1994). *La Tv fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*. Madrid: Espasa Calpe.
- Soler, L. (1988). *La Televisión: una metodología para su aprendizaje*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Vilches, L. (1992). *La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión*. Barcelona: Paidós.

Tema II.- Lectura crítica del medio televisivo

La lectura crítica dirigida a la programación televisiva está directamente relacionada a desarrollar telespectadores con habilidades y destrezas para observar a este medio con estrategias capaces de desmontar el entramado del discurso audiovisual. Hablar de la criticidad mediática va más allá de pensar en que la audiencia sea capaz de realizar juicios de valor sobre sus contenidos, en virtud que su fin último es fomentar la autonomía del televidente a la hora de observar a este medio.

Por tal motivo, el objetivo de la lectura crítica en el campo televisivo contempla formar a ciudadanos con autonomía crítica para disfrutar de la programación que difunde este medio, pero desde el conocimiento y la interpretación del lenguaje audiovisual. El empoderamiento de tal conocimiento permitirá a la audiencia ser consciente del contexto que envuelve a la empresa comunicacional y así iniciar con el desmontaje de los propósitos que posee la televisión a través de cada uno de sus contenidos.

Objetivo general:

- Reconocer prácticas educativas orientadas a realizar lecturas críticas del medio televisivo.

Objetivos específicos:

- Definir en qué consiste la lectura crítica de la televisión.
- Revisar diferentes estrategias metodológicas para iniciar la lectura crítica de la televisión.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué entienden por lectura crítica de la televisión?
- ✓ ¿Cómo describen a la televisión en su contexto cotidiano como docentes?
- ✓ ¿Cómo califican el proceso de estimular lecturas críticas de los contenidos de la televisión, pero desde el escenario educativo?
- ✓ ¿Los docentes pueden estimular los procesos de lectura crítica de la televisión?
¿Cómo?

- ✓ ¿Cómo visualizan estrategias lúdicas y pedagógicas para estimular en los alumnos la lectura crítica de la televisión?

Contenidos recomendados:

a) Lectura crítica

La criticidad implica una acción reflexiva “que moviliza a la conciencia de sí y compromete al sujeto a una reorganización crítica de su conocimiento, incluso a una nueva puesta de sus puntos de vista fundamentales” (Tellez, 1993: 64). En la educación para los medios la actitud crítica persigue hacer consciente la manipulación ideológica de los medios. Según Kaplún, la educación crítica de los medios de comunicación debe estar orientada a obtener de los receptores una conciencia de la persuasión y manipulación ideológica que se encuentra reflejada en los contenidos que son transmitidos a través de los medios de comunicación.

Es por ello, que este mismo autor destaca que la lectura crítica debe ser inductiva y participativa. “La criticidad es un proceso personal... Los educandos deben descubrir por sí mismos los contenidos connotados de los mensajes televisivos” (Kaplún, 1992; 170 citado por Hernández, 2003: 23). Los enfoques de la teoría crítica persiguen como fin último que las audiencias posean una autonomía crítica. Masterman (1993) desarrolla la importancia de autonomía crítica, la cual sustenta que el alumno en educación para los medios debe poseer la capacidad de valerse por sí mismo en las opiniones críticas que formule, sin depender del docente. Partiendo de este contexto, el autor expone lo difícil de abordar el diseño de una educación audiovisual para la autonomía crítica, al explicar que:

(...) cualquier pedagogía que haga al alumno depender del profesor será contraproducente. Tenemos que desarrollar métodos en los que la confianza del alumno crezca el dialogo en grupo, y en la que éste pueda elaborar sus propios juicios, desarrollar lo antes posible la

capacidad de analizarlos, y así responsabilizarse de su propio aprendizaje y pensamiento (...) (Masterman, 1993.44).

Masterman (1993) reitera que la educación para los medios debe promover una decodificación liberadora del contenido mediático, al conocer los elementos que conforman la retórica de la imagen. Esta decodificación debe ser garante para estimular interpretaciones propias y que no requieran de la presencia del docente para garantizar una argumentación razonable y con sustento teórico-práctico, donde el diálogo, la investigación y el conocimiento que se posea del medio son determinantes.

b) Estrategias para estimular la lectura crítica

Históricamente la educomunicación no es una disciplina nueva. A la par de la evolución de las tecnologías de la comunicación y la información siempre han existido investigaciones y desarrollos teóricos sobre la necesidad de educar a las audiencias en los procesos de interacciones con los nuevos medios que han surgido. Por esta razón, diferentes autores a nivel mundial preocupados porque la televisión forma parte del epicentro del aprendizaje en los procesos de socialización y la cultura han formulado teorías y estrategias para poner en práctica esta disciplina.

En este sentido, en este tema se requiere consultar las siguientes teorías y autores: a) Teoría de las mediaciones de Guillermo Orozco; b) la Teoría multidimensional de la EPM de recopilada por José Martínez de Toda; c) La autonomía crítica de Masterman; d) El método comprensivo de Joan Ferrés; e) Educar en mediaciones y aprender a pensar en educación para los medios de Gustavo Hernández, entre otros.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Lectura crítica

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes comprendan en qué consiste la lectura crítica frente a la visualización de la programación de la televisión.

Fase A: Comprender qué es la lectura crítica

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Cada participante elaborará un cuadro descriptivo donde se enumeren las características sobre qué se entiende por pensamiento crítico y autonomía crítica.
- ✓ Seguidamente desde el punto de vista del ejercicio docente se especificará a través de un mapa araña cómo es considerada la lectura crítica en los procesos de la educación para los medios y por qué es importante el desarrollo de la autonomía crítica.
- ✓ Se conversará de forma grupal sobre el tema para mostrar los trabajos realizados y elaborar conclusiones grupales.

b) Estrategias para estimular la lectura crítica

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes pongan en prácticas diferentes estrategias pedagógicas para estimular la lectura crítica en sus futuros estudiantes en el contexto escolar partiendo de cada una de las teorías consultadas en los contenidos.

Fase A: Conociendo los objetivos del canal de televisión

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Cada participante deberá seleccionar un canal de televisión de su preferencia con el objetivo de ser consciente sobre los aspectos económicos, sociales y políticos que orientan a la empresa televisiva.
- ✓ Cada participante investigará sobre los siguientes tópicos: Historia del canal de televisión, evolución empresarial, personajes públicos relacionado a la conformación de la empresa, misión del canal de televisión, visión de la planta televisiva, slogan que maneja el canal de televisión, marcas comerciales con las cuales está relacionada la planta televisiva, entre otras.

- ✓ Cada estudiante deberá hacer un análisis del medio a partir de los tópicos enumerados anteriormente con el propósito de elaborar un análisis sobre cuál es la política editorial que guía el accionar de la planta televisiva en la sociedad.

Fase B: Identificando los géneros de televisión

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Partiendo de la clasificación de los programas estudiados y los tipos de programas establecidos en la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, se le solicitará a los participantes conformar grupos de trabajo y llevar la parrilla de programación de un canal de televisión de su preferencia.
- ✓ Es necesario que al seleccionar la programación de la planta televisiva se investigue o se visualicen los programas que la conforman.
- ✓ Los estudiantes enumerarán los tipos de programas con los cuales cuenta el canal de televisión y especificarán a cuáles géneros o formatos se le brinda mayor protagonismo en la grilla televisiva.

Fase C: El método comprensivo de Ferrés

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Cada estudiante seleccionará un programa de televisión de su preferencia, el cual visualizará en casa. La primera fase de la actividad es responder la siguiente pregunta: ¿Por qué me agrada este programa de televisión?, ¿por qué lo visualizo?, ¿me siento identificado con el contenido que presenta el programa?, ¿con qué frecuencia visualizo el programa de televisión seleccionado?, ¿por qué me gustan los personajes que se presentan en el programa?, ¿imito rasgos o comportamientos de los personajes que forman parte del programa?

- ✓ Seguidamente, el participante describirá las características generales del programa de televisión, tales como: contenido, lenguaje utilizado, público o target al cual está dirigido, tipos de personajes que presenta, forma de ser de los personajes, estilos o estereotipos que presenta.
- ✓ De esta manera, el estudiante deberá realizar un análisis acerca de los valores y filosofías de vida que están presentes en el programa de televisión, atendiendo a lo beneficioso que es para la sociedad este producto audiovisual. Asimismo, se reflexionará sobre el propósito del mensaje que difunde y sus posibles influencias en las relaciones de socialización y contexto cultural de donde se difunde, representatividad de la realidad e intereses económicos.

Fase D: Representatividad, ficción o realidad

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El propósito de esta actividad es conversar sobre las diferentes formas que utiliza la televisión para contar una determinada realidad.
- ✓ Para ello, los participantes formarán grupos y seleccionarán un programa de su preferencia, así como la teoría y autor educomunicativo que emplearán para realizar la lectura crítica.
- ✓ En este sentido, para los que seleccionen programas de ficción deberán realizar lo siguiente: identificar en qué consiste la trama del fragmento seleccionado, descripción de cómo es presentado el inicio, desarrollo y desenlace de la trama, personajes que participan y sus características, mensaje que transmite la trama visualizada. Seguidamente se desarrollará un diálogo grupal basado en la teoría seleccionada donde se analicen las historias presentadas haciendo énfasis sobre la realidad que reflejan, valores presentados, mensaje social transmitido, símbolos y estereotipos representados.
- ✓ Para los que seleccionen programas informativos, deberán hacer una comparación de un noticiero de la misma fecha, pero de diferentes canales de

televisión. Para ello, a partir de la teoría educomunicativa seleccionada se analizarán las mismas noticias y la forma en que son presentada por cada canal de televisión. Se analizarán en cuál canal preferirían ver el programa informativo y por qué, se seleccionará una misma noticia que sea difundida en cada noticiero y seguidamente se analizará jerarquización informativa, discurso presentado, estructuración de la información. Los resultados permitirán concluir que una misma información puede ser presentada de diferentes formas dependiendo de la visión y política editorial que maneje el canal de televisión.

Fase E: Publicidad y persuasión

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes seleccionarán un canal de televisión de su preferencia.
- ✓ En equipos visualizarán una muestra de una hora de la programación que es difundida por el canal de televisión.
- ✓ Seguidamente elaborarán una lista de los productos y servicios que son promocionados en la programación a través de los contenidos de los programas y los comerciales que difunden.
- ✓ Para ello, contabilizarán cuantos productos se difunden y de qué rubro, así como los servicios, las marcas predominantes que manejan. Asimismo, la frecuencia con la cual transmiten estos programas.
- ✓ Analizarán a partir de la teoría educomunicativa seleccionada cuales son los mensajes utilizados para presentar los productos y servicios difundidos, así como los prototipos humanos utilizados.
- ✓ Para concluir reflexionarán sobre cómo son construidos los mensajes para la elaboración de los comerciales, así como promesas realizadas, personajes que lo presentan y filosofías que imponen a la sociedad para la creación de necesidades de los productos presentados.

Lecturas recomendadas:

Baggaley, J, y Duck, S. (1979). Análisis del mensaje televisivo. Barcelona, Gustavo Cili.

Callejo, J. (1995). La audiencia activa. El consumo televisivo: discurso y estrategias. Madrid, Centro de investigaciones sociológicas.

Carbonell, J. (1992). Apaga... y vámonos. La televisión: guía de supervivencia. Barcelona, ediciones B.

Charles, M. y Orozco, G. (1995). Educación para la recepción. México, Trillas.

De Korte, D. (1969). La televisión en la educación y la enseñanza. Madrid, Paraninfo.

Ferrés, J. (1994). Televisión y educación. Barcelona, Paidós.

Ferrés, J (2000). Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona, España. Ediciones Paidós.

García, J. (1981). Televisión y enseñanza. París, Unesco.

KAPLÚN, M. (1985). Comunicación entre grupos. Argentina. Editorial HV Manitas.

KAPLÚN, M. (1992). A la educación por la comunicación (La práctica de la comunicación educativa). Chile. UNESCO.

KAPLÚN, M. (1992). Conocer a las teleaudiencias: Una propuesta-proyecto para la investigación de los modos de recepción del público televidente. Montevideo, UNESCO.

KAPLÚN, M (1997). *De medio y fines en comunicación*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Número 58. [En línea] Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/kaplun.htm>. Consulta: 17 de mayo de 2012.

HERNANDEZ, G. (2007). Seis antenas para pensar la televisión. Caracas, Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello. Fundación centro Gumilla.

HERNANDEZ, G. (2008). Las tres “T” de la comunicación en Venezuela. Caracas, Venezuela. Universidad católica Andrés Bello, Serie Mapas de la Comunicación

Masterman, L. (1985). La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid, España. Editorial La Torre.

Martínez de Toda, J. (1998). Las Seis Dimensiones de la Educación para los Medios. Roma, Italia [En línea] Disponible en: [http://www.uned.es/ntedu/español/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicación educativa/artimartinez.htm](http://www.uned.es/ntedu/español/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/artimartinez.htm). Consulta: 18 de abril de 2006.

Etapa V.- Promoción de la utilización creativa del medio televisivo en el aula

La educación para los medios considera dentro de sus dimensiones para la formación de la audiencia una visión creativa de los contenidos que son presentados por los medios. Entendiendo que la creatividad “reivindica el valor único, inviolable de la persona, el valor de su originalidad, de su crítica aportación a lo diverso por una mejora de la sociedad misma” (Bartolomé, 1994: 95). De esta manera, las diferentes dimensiones de la educación para lo medio confluyen para cultivar una visión creativa del contenido de la televisión, al ser alfabetizados, conscientes, activos, críticos y sociales en el mundo de este medio de comunicación.

Para Bartolomé (1994:95) los procesos creativos con los medios de comunicación deben considerar la “formación específica para la interpretación de lenguajes, la crítica y la interpretación de los códigos ideológicos y axiológicos subyacentes a los diversos mensajes y modelos de conducta que ofrecen los medios”. En este sentido, la creatividad siempre ha estado vinculada con la originalidad, la fluidez, la flexibilidad y la capacidad de elaboración. Por esta razón, se sostiene que el proceso creativo comprende una gama de variadas destrezas que permiten formar, simplificar, configurar e inventar una nueva realidad. La creatividad es un proceso constante de redefinición de las cosas.

La educación dentro de los procesos de enseñanza y aprendizaje promueve la creatividad con el propósito de la construcción de nuevas experiencias y formar de interpretación de la vida. En la educación para los medios un sujeto creativo “sabe construir una resignificación de significados y sabe cómo producir mensajes audiovisuales originales, que sean útiles para la sociedad y que estén basados en las contribuciones y valores discutidos y aceptados por su comunidad creativa” (Martínez de Toda, 1998).

Tema I. Creatividad con la televisión

La creatividad es uno de los elementos básicos en los procesos de la producción audiovisual. Su presencia está desde la concepción de la idea, la redacción de los guiones, el diseño de los personajes que formarán parte de su historia, la escenografía, los planos de cámaras utilizados para la construcción del discurso audiovisual, entre otros. Por esta razón, la educación para los medios comprende a la dimensión creativa como uno de los pasos necesarios en esta disciplina, la cual aboga por el rediseño de contenidos televisivos y nuevas formas de configuración del discurso que transmite.

Objetivo general:

- Emplear prácticas educativas orientadas a promover la creatividad para el uso de la televisión en la educación para los medios.

Objetivos específicos:

- Describir en qué consiste la creatividad audiovisual.
- Revisar diferentes estrategias metodológicas para iniciar la creatividad en la educación para la televisión.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué entienden por creatividad?
- ✓ ¿Cuáles son las características de una persona creativa?
- ✓ ¿Cómo puede ser un docente creativo en sus actividades de enseñanza?
- ✓ ¿La televisión es creativa?
- ✓ ¿Cómo se puede relacionar creatividad y programación televisiva?
- ✓ ¿Por qué la educación para los medios considera la creatividad como una dimensión en esta disciplina?

Contenidos recomendados:

a) *La creatividad y la televisión en la escuela*

La palabra creatividad comprende una mezcla de diferentes destrezas para la generación de nuevas expresiones, ideas, proyectos o resignificaciones de las informaciones que configuran su mundo. En la educación para los medios se estimula una audiencia creativa ante los contenidos que son difundidos por la televisión con el propósito de postular, proponer o sugerir innovaciones en sus contenidos. El ingrediente de la creatividad en clases permite poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre este medio en las diferentes dimensiones que caracteriza a la educomunicación. Por tal razón son tomadas en cuenta las fases de todo proceso creativo, tales como, la preparación, incubación, iluminación, formulación y verificación.

La educación para los medios estimula la creatividad a través de estrategias como el humor, el juego, las analogías, las lecturas y escrituras creativas, así como las actividades de visualización. En por ello, que el docente debe recurrir a poner en práctica el pensamiento creativo en las actividades de aprendizaje y enseñanza para estimular la expresión de sus estudiantes a través de la generación de nuevas ideas caracterizadas por la innovación y la originalidad.

Para generar esta creatividad en la escuela la educación para los medios contempla la presentación de actividades de forma novedosa para los estudiantes, donde se valoren sus habilidades, conocimientos y talentos. El promover un sentimiento de libertad en los estudiantes sobre temas vinculados con la televisión suscita la generación de pensamientos innovadores y la identificación de nuevas oportunidades para reconstruir y construir nuevos discursos audiovisuales. Las actividades lúdicas, el humor, la sensación de confianza y los espacios para crear son técnicas que la escuela puede utilizar para la educomunicación.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

Los ejercicios de este tema están direccionados a que los participantes pongan en prácticas diferentes estrategias pedagógicas para estimular el sujeto creativo frente a los contenidos de la televisión en el contexto escolar

Fase A: La televisión como técnica expresiva y literaria

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Este ejercicio es funcional preferiblemente con los géneros televisivos informativos y de ficción.
- ✓ El ejercicio se puede realizar de forma grupal o individual.
- ✓ El ejercicio se enfocará en tres etapas las cuales se describen a continuación: tema tratado, personajes que interactúan y la forma en que se desarrollan los tópicos.
- ✓ Se seleccionará un programa informativo o de ficción de interés, el cual se visualizará
- ✓ Los participantes deberán realizar un breve resumen explicativo considerando las técnicas expresivas y literarias vistas en las clases para explicar en qué consiste el tema tratado, describir cuales son las características de los

personajes que son presentados y explicar cómo son desarrollados los temas abordados.

- ✓ Posteriormente, se redactará una nueva forma de cómo pueden ser presentados los personajes y el desarrollo de los temas difundidos.
- ✓ La presentación se realizará de forma escrita y oral para el resto del grupo de participantes.

Fase B: Las artes plásticas y la televisión

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El ejercicio se puede realizar de forma grupal o individual.
- ✓ Se seleccionará un programa recreativo, deportivo o cultural de interés, el cual se visualizará.
- ✓ Se realizará un diálogo sobre el tema que presenta el programa visualizado y se procederá a formular diferentes recomendaciones para el desarrollo de la historia.
- ✓ Los estudiantes elaborarán un story board con la nueva propuesta creada en clases.
- ✓ Los resultados serán presentados en el grupo de clases.

Fase C: Estudiantes creativos para la televisión

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El ejercicio se puede realizar de forma grupal.
- ✓ Los estudiantes seleccionarán un programa de ficción de su interés, el cual visualizarán.
- ✓ Procederán a seleccionar las escenas que confirman el nudo o conflicto de la historia. La analizarán desde una visión crítica para identificar los aspectos que la componen desde la representatividad del medio televisivo.

- ✓ Seguidamente, redactarán en un guión literario una nueva propuesta de desarrollo del nudo de la historia. Recurrirán a elaborar un guión literario y plan de rodaje.
- ✓ Se elaborará una propuesta casera de la historia con recursos audiovisuales.
- ✓ Los resultados serán analizados con el propósito de dialogar sobre la forma que pueden ser presentados los contenidos.

Lecturas recomendadas:

Boden, M. (1994). La mente creativa. Mitos y mecanismos. Barcelona: Gedisa.

Borrads, M. y Colomer, A. (1987). El guión del video didáctico. Barcelona: Altafalla.

Bullaide, J. (1979). Televisión educativa: presente y futuro. Buenos Aires: Cadel ediciones.

Cabero, J. (1989). Tecnología educativa: utilización didáctica del video. Barcelona, PPU.

Cabero, J. (1990). Análisis de medios de enseñanza. Sevilla: Alfar ediciones.

Calero, J. (1994). De la letra al texto. Taller de escritura. Barcelona: editorial octaedro.

Coppen, H. (1978). Utilización didáctica de los medios audiovisuales. Madrid: Amaya ediciones.

De Bono, E. (1994). El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Barcelona: Paidós ediciones.

Freire, Paulo (1970). Pedagogía de la esperanza, un encuentro con la pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI editores.

Gagné, R. (1975). Principios básicos del aprendizaje para la instrucción. México: Editorial Diana.

Gallegos, M. (1997). El profesorado y la televisión. Granada: Universidad.

Gámez, G. (1994). Todos somos creativos. Barcelona: editorial Urano.

Goleman, D., Kaufman, P. y Ray, M. (2000). El espíritu creativo. España: Vergara ediciones.

Marín, R. (1991). Manual de creatividad. Aplicaciones educativas. Barcelona: Vicens Vives ediciones.

Marina, J. (1993). Teoría de la inteligencia creadora. Barcelona: Anagrama editorial.

Torres, S. (1995). Creatividad aplicada. Recursos para una formación creativa. Madrid: Escuela Española.

Educación para los medios:

El arte de educar para la televisión

**Propuesta teórica metodológica dirigida a la formación de
estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la
Universidad Central de Venezuela**

Introducción

La educación para la televisión implica una especial atención en los profesionales que se encargan de idear, diseñar, producir y posicionar los contenidos que definen a una planta televisiva. Más allá de horas y horas de programación difundida se visualiza a un equipo humano que se encarga de definir una política empresarial sustentable, reiterativa, confiable, pero sobre todo que evoluciona a la par de las tecnologías de la comunicación y la información. La televisión no se queda en el simple aparato receptor, llega cada vez más a rincones y ubicaciones que no se imaginaban sus creadores, gracias al internet, a los sistemas satelitales o a los dispositivos móviles.

A la par de esta realidad el equipo de producción de la televisión está conformado por variadas ramas del saber, pero la profesión más identificada es la del comunicador social, debido a que el perfil de estos profesionales está directamente vinculado con los medios de comunicación social en sus diferentes manifestaciones. Por esta razón, al estudiar las estructuras jerárquicas de estas empresas pueden ser ubicados en funciones gerenciales, de dirección, producción e imagen de las plantas televisivas, debido a que son preparados en el diseño de los discursos del hecho comunicacional.

¿Pero cuál es el propósito de los comunicadores sociales en las plantas televisivas? Quizás la respuesta más idónea está relacionada con el cumplimiento de los diferentes proyectos que son planificados dentro de las empresas televisivas, los cuales están casados con las políticas editoriales que la definen. He allí la importancia de un comunicador social educomunicativo que conoce del medio, sabe cómo dirigirlo y mantenerlo en la sociedad, pero que además sea conscientes de la responsabilidad que representa en la garantía de una mejor cultura y de una audiencia crítica de sus contenidos. Es necesario de esta manera que el comunicador social sea preparado en la disciplina de la educación para los medios para que reconozca que el ejercicio de su

profesión va más allá de un set de televisión, de la redacción de una noticia o simplemente de la imagen que proyecta a través de las pantallas.

Es por ello, que es necesario que el comunicador social sea preparado a través de diferentes estrategias como un eje transversal en su formación profesional para que comprenda que su ejercicio profesional está directamente relacionado con la educación, como una contribución al hecho cultural de toda sociedad. Donde el comunicador social debe entender que dentro de la educación la televisión puede fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje como auxiliar y recurso didáctico, conocer e interpretar el medio o sencillamente comunicarse a través del mismo (Aguaded, 1998: 439-441). De esta manera, el comunicador debe entender que la televisión educa desde diferentes contenidos a la sociedad que se expone a su programación y a disfrutar de las gratificaciones que les brinda. Esta consciencia estimulará en los futuros profesionales a ser más críticos frente a los contenidos que difunde este medio, pero sobre todo en relación a las ideas que son producidas por los mismos. Para Masterman (1993:255) la educación para los medios debe ser desarrollada como un proceso constante, holístico y transversal.

La educación para los medios es destacada como educación para la percepción crítica en la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, cuyo instrumento legal guía el accionar de los canales de televisión. ¿Pero los comunicadores sociales son formados en este campo? Son variadas las teorías estudiadas durante la formación profesional sobre este tema, pero pocas direccionan a estos profesionales directamente con la disciplina de la educomunicación. Esta realidad ocupa a la presente propuesta teórica metodológica de educación televisiva, donde después de las investigaciones realizadas se evidencia la ausencia de contenidos y propuestas didácticas dirigidas a promover la educomunicación para la televisión en los futuros comunicadores sociales egresados de la Universidad Central de Venezuela, con el propósito de que estimulen desde el ejercicio profesional en las plantas televisivas una lectura crítica del medio, así como el pensamiento creativo del mismo.

Por esta razón, se elaboró esta guía didáctica para los docentes de esta profesión en la UCV dirigida a despertar en los estudiantes, una nueva lectura de la programación televisiva, así como del contexto que la rodea, pero partiendo de la responsabilidad que poseen los comunicadores sociales en el diseño y producción de los diferentes discursos televisivos.

Esta guía podrá ser utilizada como un eje transversal en variadas asignaturas de la formación de la profesión de comunicación social del pensum de estudios que posee la UCV, con el objetivo de promover a través de teorías y prácticas la educación para la televisión desde un aprendizaje dialógico y reflexivo.

Contextualización de la Propuesta Teórica Metodológica de Educación para los Medios para la Escuela de Comunicación Social de la UCV

La presente guía didáctica se encuadra dentro de lo contemplado en la Ley Orgánica de Educación y la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos vigentes en el país, las cuales consideran a los medios de comunicación como instrumentos esenciales para el desarrollo educativo y de esta manera cumplen funciones informativas, formativas y recreativas que deben contribuir al desarrollo de valores y principios establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Es así como contribuyendo con la educación televisiva desde el escenario de la formación de futuros comunicadores sociales en el país, se responde a la formación necesaria que requieren y deben poseer los comunicadores. Los cuales desde su ejercicio profesional pueden contribuir a disciplina de la educación para los medios.

Desde esta perspectiva, la guía es cónsona con los principios del curriculum de formación de la Escuela de Comunicación Social de la UCV (Plan de Estudios, 1978), el cual sustenta la necesaria visión que debe poseer todo comunicador social en ejercicio, el cual se debe a la sociedad con responsabilidad y ética en búsqueda de la

verdad para brindar la información veraz y oportuna. La presente propuesta nutre los contenidos que son contemplados en los programas de formación de la carrera, complementándolos para aproximarse a la disciplina de la educación para los medios como un profesional que es multiplicador del conocimiento e integrante de los equipos de trabajo que llevan adelante a las plantas televisivas. El propósito es ofrecer alternativas de formación a los futuros profesionales de la comunicación para que visualicen el medio televisivo desde la responsabilidad de los contenidos que se difunden, su influencia en la sociedad y las lecturas críticas y creativas que son necesarias para una constante renovación de este medio, en pro de una mejor sociedad.

Esta guía didáctica representa un conjunto de recomendaciones para los profesores de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, la cual presenta de forma no secuencial un conjunto de aplicaciones en el aula y cuya selección dependerá de los temas a ser desarrollados en los programas de las asignaturas que fueron estudiadas en esta investigación y que poseen tópicos vinculados a las tecnologías de la información y la comunicación en los componentes de formación de la mencionada profesión. Entre las asignaturas se encuentran las siguientes:

- Departamento de Ciencias de la Comunicación: Psicología de la Comunicación, Teoría de la Comunicación, Sociopolítica de la Comunicación, Teoría de la Opinión Pública I, Filosofía de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Ética y Legislación de Medios de Comunicación, Seminarios y/o materia optativas: Psicología y Cine, Comunicación Liderazgo, Comunicación para Mejorar la Calidad de Vida, Diferencia vs. Consenso en la Programática Comunicativa, Comunicación y Desarrollo, Comunicación y Drogas.

-Departamento de Comunicación Visual: Lenguaje Visual y Comunicación, Producción de Proyectos Visuales, Investigación de los Problemas de la Comunicación, Artes Gráficas y Comunicación, Diagramación Especializada, Gerencia de Producción Editorial y materias optativas: Edición de Diarios, Edición de

Revistas, Tipografía y Color, Infografía, Identidad e Imagen Urbana, Estética y Comunicación.

-Departamento de Audiovisuales: Fotografía I y Fotografía II; Radio I, Radio II y Radio III Cine I), Cine II y Cine III, Televisión I y Televisión II y Taller de Televisión.

- Departamento de Publicidad y Relaciones Públicas: Publicidad, Lenguaje Publicitario, Visualización y Redacción Publicitaria, Análisis Crítico de la Publicidad, Mercadotecnia, Investigación de Mercado, Creatividad y Comunicaciones Integradas de Mercadotecnia, Relaciones Públicas I, Relaciones Públicas II, Gerencia, Diseño de Organización, Campaña Publicitaria y Estrategia de Medios, Comunicación Organizacional y el Internet.

En este sentido, al consultar los programas antes mencionados se evidenció que los futuros profesionales de la comunicación son preparados en las ciencias de la comunicación y alfabetizados en los lenguajes de la comunicación visual, audiovisual, publicitaria y de relaciones públicas. Sin embargo, esta capacitación no evidencia una profundización en la disciplina de la educación para los medios, en cambio esta direccionada para que los estudiantes puedan desempeñarse con ética y conocimientos en la dirección y producción de espacios en los diferentes medios de comunicación social y no profundizan en la disciplina de la educación para los medios

De esta manera, las estrategias metodológicas en el área de educomunicación televisiva recomendadas para este contexto fueron diseñadas a partir de los resultados del estudio realizado en el capítulo IV y se desarrollan a partir de las siguientes etapas:

- Educomunicación para comunicadores sociales.
- Papel del comunicador social en la educación para la televisión.
- La televisión y las mediaciones.
- Lectura crítica del medio televisivo.
- Creatividad en la construcción de relatos y sentidos.

Cada etapa contempla una serie de tópicos relacionados al contexto del medio televisivo, los cuales pueden ser desarrollados en las asignaturas del pensum de estudios de la Escuela para estimular la educación para la televisión. La selección dependerá del docente que impartirá el determinado programa de formación, de esta manera la presente guía puede ser utilizada como un eje transversal de la profesión y no condicionarse a un espacio específico para su desarrollo. Cada tema constará de:

- Breve introducción, a través de la cual se contextualiza el tema a ser desarrollado.
- Objetivos. Se especifican los propósitos que se pretenden desarrollar.
- Identificación de conocimientos previos de los estudiantes. En base a la corriente constructivista del reconocimiento previo de los saberes en la materia por parte de los estudiantes se recomienda iniciar las actividades pedagógicas elaborando interrogantes a los estudiantes.
- Breves contenidos teóricos. Se enumeran posibles contenidos para su desarrollo.
- Estrategias y orientaciones metodológicas. Se especifican dinámicas pedagógicas para el abordaje de los contenidos propuestos.
- Lecturas recomendadas.

Propósitos de la propuesta

Propósitos generales

- Ofrecer al personal docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela una guía didáctica complementaria a los programas de formación del pensum de la mencionada Escuela para estimular en los futuros egresados de esta profesión la educación para los medios, especialmente el televisivo.

- Promover en los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela la capacidad analítica, crítica y creativa de estos futuros comunicadores en torno a la televisión en el marco de la educación para los medios.

Propósitos específicos

- Reflexionar sobre el papel de la televisión y el ejercicio profesional de los comunicadores sociales en este medio en el contexto educativo y sus implicaciones en los procesos de socialización.
- Estudiar las principales propuestas de educación para la televisión desarrolladas para potenciar esta disciplina desde el futuro ejercicio profesional de los comunicadores sociales.
- Rearticular los diferentes aprendizajes que los futuros profesionales de la comunicación social reciben durante su formación universitaria para estimular prácticas críticas y creativas que les permitan abordar lo producido por otros y por ellos mismos.
- Brindar elementos teóricos metodológicos para orientar a los futuros profesionales de la comunicación social para que elaboren propuestas propias para la educación para los medios desde la producción televisiva.

Contenidos programáticos de la propuesta teórica metodológica

Los contenidos que se recomiendan a continuación tienen como propósito utilizar los conocimientos que son brindados en el programa de estudio de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, en virtud que estos futuros profesionales son formados en diferentes aspectos que integran las dimensiones de la educación para los medios enunciadas por José Martínez de Toda (1998). De esta manera, se pueden evidenciar en su currículo temas vinculados a las teorías de la comunicación y la alfabetización mediática que les brindan sobre el medio televisivo para que puedan realizar producciones que formarán parte de la programación de estas plantas. Sin

embargo, estos temas no son abordados desde la óptica de la disciplina de la educomunicación y la necesaria reflexión que debe existir sobre el papel del comunicador social para promover ciudadanos cada vez más conscientes y críticos frente a los contenidos que son difundidos por las pantallas televisivas.

Etapa I. Educomunicación para comunicadores sociales

La comunicación es un factor primordial en el desarrollo humano. La comunicación está presente en cada uno de nosotros y en la forma que nos desenvolvemos en una sociedad cada vez más compleja por los diferentes avances de las tecnologías de la comunicación y la información. La comunicación participa en todas las disciplinas del saber y la educación no es la excepción.

Históricamente siempre ha existido una preocupación por la influencia de los medios en la sociedad. La televisión siempre es analizada en esta perspectiva y los esfuerzos en esta materia siempre recaen en la necesaria visión crítica que se debe poseer sobre el variado abanico de contenidos que difunden. La Unesco (1989) ha reconocido que los educadores poseen una responsabilidad en esta materia, pero destaca que los comunicadores sociales y realizadores sociales también la poseen. Por esta razón, es necesario destacar que estos últimos profesionales deben ser consciente sobre en qué consiste la educomunicación, sus propósitos y desde su contexto profesional cómo puede ser ejercida.

El enseñar educomunicación a los realizadores audiovisuales constituye una estrategia de sensibilización en los procesos de idealización, diseño, realización, producción, postproducción y marketing comunicacional que integran el arduo trabajo dentro de las plantas televisivas. Es por esta razón, que la educación para los medios dirigida a los comunicadores sociales debe partir del estudio sobre en qué consiste y valorando la visión y objetivos del comunicador en su papel como actor social en un mundo cada vez más televisado y proyectado a través de las pantallas.

Tema I. La educación para los medios

La educomunicación se concibe en un contexto de cambio cultural, interactivo y global, donde el hecho pedagógico es una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican y al hacerlo construyen el hecho educativo, cuyo propósito es estimular el pensamiento crítico frente a los contenidos que difunden los medios de comunicación.

En esta realidad, la educomunicación pretende generar una educación y una comunicación que forme ciudadanos responsables y participativos a partir del conocimiento de su entorno, experiencias y motivaciones para estimular una autonomía crítica y creativa frente a las tecnologías de la comunicación y la información.

Objetivo general:

- Analizar la disciplina de la educación para los medios, en especial el televisivo, en el contexto del ejercicio profesional de la comunicación social.

Objetivos específicos:

- Identificar la relación existente entre comunicación y educación desde la óptica de los profesionales de la comunicación social.
- Analizar la importancia de la educación para la televisión en el desarrollo del ejercicio de la profesión de la comunicación social.

Ideas previas de los participantes

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué entendemos por comunicación?
- ✓ ¿Cuál es el papel de la comunicación en los procesos de socialización?
- ✓ ¿Qué entendemos por educación?

- ✓ ¿Cuál es el papel de la educación en los procesos de socialización?
- ✓ ¿Existe algún tipo de relación entre comunicación y educación? ¿Cuál?
- ✓ ¿Qué entiende por educación para los medios?
- ✓ ¿Cuáles son los propósitos de la educación para los medios?
- ✓ ¿Por qué una educación para los medios dirigida a los comunicadores sociales?
- ✓ ¿Cómo calificaría que los comunicadores sociales sean formados en la educación para los medios, en especial el televisivo?

Contenidos recomendados:

Dentro de los contenidos recomendados para la materialización de los objetivos enunciados anteriormente se encuentran los que se describen a continuación:

a) *Puntos de encuentro entre la educación y la comunicación*

El ejercicio de la comunicación está directamente relacionada con aspectos de la educación, porque su discurso influye en la evolución social a través de los diferentes medios que conforman las tecnologías de la información y la comunicación. Hablar de comunicación y educación representa puntos de encuentros que surgen en el hecho de la socialización. Es por ello, que se considera que la comunicación está involucrada en todas las ciencias del conocimiento, en la convivencia y el desarrollo del mundo.

Guillermo Orozco (2000: 63) sostiene que todos los procesos comunicativos pueden ser educativos porque “se puede aprender siempre y en cualquier lugar y de cualquier fuente, haya o no educadores, ya que el aprendizaje proviene tanto de la enseñanza, como de la imitación y la experimentación”. La educación se alimenta de sus educandos y la comunicación de sus audiencias para definir sus contenidos, estrategias y forma de persuasión. Por esta razón, tanto la educación como la comunicación se caracterizan por sus procesos dialógicos y de retroalimentación.

La educación para los medios dirigida a los comunicadores sociales está directamente relacionada con la reflexión de la labor profesional y sus

implicaciones en la sociedad, para estimular una visión alfabetizada, consciente, social, activa, crítica y creativa frente a los contenidos que difunde la televisión. Es de destacar que estas visiones deben ser realizadas desde la perspectiva del ejercicio profesional y como audiencias, en virtud que el comunicador social, a pesar de producir sus variados contenidos y formar parte del personal que gerencia las plantas televisivas, nunca deja de ser receptores de los mensajes.

b) La educomunicación y sus propósitos

La educomunicación parte del análisis de los procesos de universalización y proyección de los imaginarios comunes de creencias, valores, imágenes, reglas operativas y tecnológicas en las cuales los medios de comunicación contribuyen en la sociedad a través de los discursos que los caracterizan. Es por ello, que se reflexiona en el marco de esta disciplina el desempeño de la escuela como institución para los procesos de visualización de la televisión y la influencia que poseen en el entorno social gracias a los variados discursos que difunden.

En la educación para los medios no sólo se analiza el papel de la escuela y la familia en el contexto de los mass media, sino que contempla el papel de los comunicadores sociales para profundizar sus propósitos. En esta disciplina se identifican los siguientes propósitos citando a Aguaded (1998:38):

- Utilizar instrumentos de análisis y reflexión sobre cómo leer los medios.
- Establecer un distanciamiento consciente y crítico frente a los medios de comunicación y sus lenguajes.
- Analizar y criticar los valores y actitudes expresadas a través de los medios.
- Desarrollar la expresión de ideas y la autonomía de pensamiento.
- Comprender que los medios de comunicación ofrecen puntos de vista sobre la realidad.

- Reconocer que existen distintas lecturas posibles de los mensajes de los medios.
- Aprender a interpretar la realidad a través del lenguaje de los medios de comunicación.
- Descodificar mensajes, mitologías o estrategias publicitarias.
- Analizar mecanismos de manipulación de la opinión pública.
- Conocer los “bastidores” de la producción mediática.
- Utilizar técnicas de investigación y documentación, a través de la búsqueda, selección, interpretación e información.
- Experimentar diferentes técnicas de comunicación.
- Desarrollar la expresión a través de los diferentes medios de comunicación.

c) *Educomunicación para los medios en la comunicación social*

La educación para los medios contempla diferentes concepciones para su aplicación, las cuales están relacionadas con una concepción tecnicista, de los efectos y crítica frente a los discursos que difunden (Aparici, 1996). Por esta razón, esta disciplina analiza los modelos comunicativos que crean los medios con el objetivo de formar un ser humano nuevo que sea capaz de manejar los contenidos que difunden, por ejemplo la televisión, en pro de una sociedad consciente de las mediaciones que producen diariamente.

El papel de la educación para los medios en el seno de los comunicadores sociales es una perspectiva diferente a la desarrollada para las audiencias, los educadores y las familias. Esto se debe a que los comunicadores sociales forman parte del contexto de las plantas televisivas desde aspectos gerenciales para la idealización de la producción de los discursos que difunden. Es por ello, que desde un enfoque humanista, constructivo y sistémico se procura que este escenario aborda al comunicador social como audiencia porque nunca deja de serlo, pero se debe deliberar sobre la

responsabilidad que se posee al dirigir y hasta producir los contenidos que conforman la programación televisiva.

En esta realidad se analiza como desde la comunicación social ejercida en este caso en el medio televisivo se puede contribuir en los contextos de la escuela y la familia para generar contenidos que apoyen la labor de las instituciones académicas, los maestros y familiares para generar espacios y actores para que las nuevas generaciones puedan ser cada vez más consciente en el uso que realizan de los medios de comunicación social.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Puntos de encuentro entre la educación y la comunicación

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajo para analizar las relaciones que existen entre la educación y la comunicación.
- ✓ Para ello se organizarán para elaborar entrevistas, las cuales deberán ser grabadas. Las entrevistas serán realizadas a educadores y comunicadores sociales.
- ✓ Los resultados serán presentados en clases para generar la reflexión grupal y poder elaborar afiches con las conclusiones realizadas.
- ✓ Los afiches podrán ser mostrados en la escuela para sensibilizar a otros grupos.

b) La educomunicación y sus propósitos

Fase A: Trabajo grupal en clases

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajo para analizar el consumo televisivo que realizan frecuentemente.

- ✓ Para ello cada uno enumerará sus preferencias y las razones por las cuales visualizan estos contenidos.
- ✓ Posteriormente, conversarán sobre los valores, ideologías, características que difunden los programas seleccionados, es decir conversarán sobre los propósitos audiovisuales de los materiales con los cuales poseen preferencias.
- ✓ Para concluir, identificarán los propósitos de la educomunicación en las reflexiones realizadas.
- ✓ El facilitador junto a los participantes realizarán reflexiones finales sobre el tema.

c) Educación para los medios en la comunicación social

Fase A: Trabajo grupal en clases

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ En clases, cada participante seleccionará un compañero del curso para entrevistarlo.
- ✓ En parejas se organizarán en el salón de clases: entrevistado y entrevistador. El entrevistador contará con una grabadora, papel y lápiz.
- ✓ El objetivo de la entrevista estará dirigido a conocer cuáles son las preferencias televisivas, opiniones sobre la calidad de las producciones de la televisión en el país y el ejercicio de la profesión en el medio televisivo. Entre las preguntas que pueden realizarse se encuentran: ¿Ves televisión?; ¿Cuántos televisores tienes en tu casa?; ¿A qué hora vez la televisión?; ¿Cuántas horas dedicas diariamente a ver televisión?; ¿Cuáles son tus programas preferidos y por qué?; ¿Cuál ha sido tu participación en la producción televisiva?; ¿Cuántas producciones has realizado?; ¿Cuál es la producción que más te ha gustado de las que has producido, dirigido, animado o editado, y por qué?; ¿Qué contribución social identifican en las producciones realizadas?; ¿Qué opinas

sobre la programación televisiva venezolana?; ¿Qué cambiarías en las producciones de la televisión, y por qué?; entre otras.

- ✓ El entrevistador deberá controlar que el tiempo de la entrevista no exceda de 15 minutos, mientras toma nota de los aspectos más relevantes en la declaración del entrevistado y realiza un respaldo de la entrevista en la grabadora.
- ✓ Una vez concluida esta primera entrevista, los roles serán intercambiados. El entrevistado pasará a ser el entrevistador, y el entrevistador ha entrevistado. Las preguntas de la entrevista serán las mismas que fueron realizadas al inicio del ejercicio, cuyo tiempo no excederá de 15 minutos, mientras se toman notas y un respaldo de la entrevista en la grabadora.
- ✓ Concluidas las dos entrevistas, cada integrante del equipo organizará las declaraciones de su entrevistado apoyándose en las notas y en la grabación realizada, para ello contará con 10 minutos de la actividad.
- ✓ El facilitador dará por concluida la actividad en parejas para iniciar el intercambio grupal sobre el resultado de las entrevistas. Se discutirá a nivel grupal las preferencias, creencias, valores y opiniones manejadas por los participantes frente a la televisión.
- ✓ Para concluir, el facilitador junto a los participantes realizarán reflexiones finales sobre el tema.

Fase B: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes realizarán una investigación teórica sobre la educación para los medios en el contexto de la comunicación social.
- ✓ Para ello, cada uno elaborará un reportaje sobre este tema, el cual será grabado para televisión. El reportaje no deberá exceder de 25 min.
- ✓ El material será expuesto en clases.
- ✓ Se generará una discusión grupal sobre el abordaje del tema.

- ✓ Se seleccionarán los mejores trabajos para difundirlos a estudiantes de otros cursos como estrategia de sensibilización.
- ✓ Para concluir, el facilitador junto a los participantes realizarán reflexiones finales sobre el tema.

Lecturas recomendadas:

Aguaded, J. (2001). Educar para la comunicación. En: *La TV ¿Enemiga o aliada?* Venezuela: Cuaderno ININCO Nro. 1.

Colombo, F. (1977). La televisión: la realidad como espectáculo. Barcelona: Ediciones Gustavo Gil.

Ferrés, J. (1996) *Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós Editorial.

Ferres, J. (1999) *Televisión y Educación*. Barcelona: Paidós Editorial.

Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). Los ejercicios del ver. Barcelona: Ediciones Gedisa.

Martínez de Toda y Terrero, J. Seis Dimensiones de la Educación para los Medios. Revista comunicación, Nro 103, pp. 33-47. Caracas: Centro Gumilla.

Masterman, L. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid: Ediciones La Torre.

Mouchon, J. (1999). Política y medios. Barcelona: Editorial Gedisa. Barcelona.

Vilches, L. (1989). La manipulación de la información televisiva. Barcelona: Editorial Paidós.

Yarce, J. (1993). Televisión y familia. Madrid: Ediciones Palabra.

Zabalza, M. (1987). Áreas, medios y evaluación. Madrid: Editorial Narcea.

Tema II. ¿Por qué educomunicación para comunicadores sociales?

La tarea de la educación para los medios no es exclusiva de los profesionales de la educación, la Unesco (1982) en la Declaración sobre Educación para los Medios reconoció que “los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones

que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación”. Asimismo, en esta declaración se sostiene que: “La educación relativa a los medios de comunicación será más eficaz si los padres, los maestros, el personal de los medios de comunicación y los responsables de las decisiones reconocen que todos ellos tienen un cometido que desempeñar en la creación de una conciencia crítica...”.

Desde este contexto, se valora en la ardua tarea de la educomunicación la participación del personal de los medios, donde los comunicadores sociales y realizadores audiovisuales son protagonistas en las plantas televisivas. Estos profesionales juegan un papel importante en la dinámica de los medios, ya que muchos de ellos son los productores del contenido programático de las plantas televisivas, son imagen de la empresa comunicacional, gerencian y evalúan alternativas comunicacionales y realizan estudios de opinión pública para conocer las preferencias de las audiencias, entre otras actividades.

Esta labor comunicacional hace necesario que los comunicadores sociales posean una formación crítica de los mensajes que producen y se difunden a través del medio televisivo en la nación. Todo ello, con la intención de contribuir a una conciencia crítica que permita convivir activamente con los mensajes de los medios y obtener aprendizajes útiles para la formación cultural, educativa, moral, política y social. Todo ello con el propósito de que estos profesionales cuenten con herramientas para generar espacios de reflexiones críticas a los procesos mediáticos, optimicen la calidad de los mensajes transmitidos, preparen a las audiencias para una mejor recepción de los mensajes y desarrollen proyectos, contenidos y materiales didácticos en comunicación para la educación.

Objetivo general:

- Analizar la importancia de la educación para la televisión desde la perspectiva de la educomunicación dirigida a los comunicadores sociales.

Objetivos específicos:

- Identificar la influencia de la televisión en la sociedad y el papel que representa el comunicador en este contexto.
- Describir la realidad social del consumismo de la televisión.
- Identificar el rol social del comunicador a través de su labor en el medio televisivo.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Existen relaciones entre la educación para los medios y los comunicadores sociales?
- ✓ ¿El ejercicio profesional de los comunicadores sociales tiene relación con las influencias de la televisión en las audiencias?
- ✓ ¿Cuál es el papel de los comunicadores sociales en las plantas televisivas?
- ✓ ¿Cuál es la responsabilidad social de las personas que ejercen esta profesión en la televisión?
- ✓ ¿Es necesario la educación para los medios dirigida a los comunicadores sociales?
- ✓ ¿Un comunicador social debe ser crítico frente a los contenidos que difunde el medio televisivo?

Contenidos recomendados:*a) Influencia de la televisión en la sociedad*

Quizás el ámbito de nuestra sociedad que experimenta constantemente un proceso de continuos cambios y que influye en otros sectores del desarrollo social, económico

y político de los países, ha sido el de las tecnologías de la comunicación y la información. “Los mass medias son vehículos a través de los cuales se construyen cogniciones socialmente compartidas y formas de interpretar la realidad. Transmiten y crean imágenes, ideas, información y acontecimientos que forman parte de los sistemas políticos, sociales y culturales” (D’Adamo, 2007: XI).

Los seres humanos estamos condicionados gracias a los supuestos de la cultura en que vivimos y los contenidos que son difundidos a través de los medios de comunicación, en especial el televisivo. Este medio refleja fragmentos de la realidad y una toma subjetiva de la secuencia de hechos y necesidades del mundo al que pertenecemos. Esta realidad comunicativa presenta alternativas funcionales para la satisfacción de necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de las audiencias, lo cual merece especial atención para conocer y analizar la influencia de los medios en la representación social, con el propósito de potenciar la visión crítica frente a los mensajes que son recibidos a través de este medio de difusión.

Es por ello, que la labor comunicacional hace necesario que los educadores y comunicadores venezolanos posean una formación crítica de los mensajes que producen y se difunden a través del medio televisivo. Todo ello, con la intención de contribuir a una conciencia crítica que permita convivir activamente con los mensajes de los medios y obtener aprendizajes útiles para la formación cultural, educativa, moral, política y social.

b) Consumismo de la televisión

McLuhan sostenía que la expresión “medios de comunicación de masas” no se refiere tanto al tamaño de la audiencia como al hecho de que todas las personas se ven implicadas en ellos simultáneamente (MacLuhan, 1964:352). Es por ello, que la educación, como fuente de la preparación para la vida, no puede dejar de considerar el entorno de las tecnologías de la comunicación y la información que condicionan las nuevas formas de interacción y de desenvolvimiento de los proceso de aprendizaje.

La sociedad global que vivimos actualmente en el siglo XXI se caracteriza por las redes sociales, la multiculturalidad y la versatilidad del mercado productivo mediatizado. Desde este escenario destaca el medio televisivo, el cual ocupa un papel central en el consumo cultural masivo a nivel mundial. La televisión posee “una extraordinaria capacidad para incidir en los conflictos que atraviesa cada sociedad en su interior, así como entre ellas. Y por otra parte, un no menos influyente poder económico, que ha crecido permanentemente desde sus orígenes hasta la actualidad” (Petroselli, 2004: 231).

Vale la pena entonces identificar la capacidad de este medio de información que representa un poderoso instrumento para la definición de ideas, formas de vida y movilización política y económica, a través de la formación de la opinión pública y los estereotipos sociales que sustenta. De esta manera, una educación que forme para incentivar una conciencia crítica frente a los medios de comunicación permitiría fomentar una comprensión integral sobre las múltiples mediaciones que existen entre las audiencias, los medios y la educación. Reconociendo que el hecho educativo es fundamentalmente un hecho comunicativo, en el que se debe identificar y explorar como los medios influyen en el desenvolvimiento de las sociedades.

c) El rol social del comunicador

Hablar de manipulación mediática y responsabilizar exclusivamente a los propietarios de los medios sobre la influencia que poseen en las sociedades, plantea dejar de lado la responsabilidad que poseen los comunicadores sociales y educadores en la tarea de todas las sociedades democráticas, en las cuales se deben conocer de qué forma los medios representan la realidad y las técnicas que emplean, así como la ideología que impera en las producciones que difunden.

Por ello, es necesario el estudio y la comprensión crítica sobre el lenguaje audiovisual del medio televisivo, así como la naturaleza y los comportamientos de las audiencias. Entendiendo la comunicación como un proceso humano producto de la

realidad social y técnica de las naciones democráticas. De esta manera, la educación para los medios debe ser fortalecida a través de su estudio y la construcción de teorías y métodos que permitan estimular en las audiencias escenarios de diálogo sobre los contenidos mediáticos.

Esta disciplina respalda la vinculación y la necesidad del trabajo en equipo de los comunicadores sociales y educadores de cada comunidad, grupo social, estado y país, con el fin de contribuir al desarrollo individual y grupal para que la vida se desenvuelva alejada de la violencia, manipulación y consumismo producido por la influencia mediática. La tarea es crear mensajes de calidad para la sociedad, vincular a los medios en estrategias y objetivos de enseñanza y contribuir con audiencias conscientes que exijan y sugieran alternativas mediáticas acordes al progreso colectivo. José Ignacio Aguaded Gómez (2002:35) apoya esta idea al escribir que: “Los docentes y expertos en comunicación tenemos una doble responsabilidad, pues no solamente estamos obligados a aprender a comunicar sino que además estamos obligados a enseñar a otros a hacerlo. No sólo somos destinatarios, sino que a la vez somos difusores”.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Influencia de la televisión en la sociedad

Fase A: Trabajo grupal en clases

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ En clases, los participantes se organizarán en grupo y dialogarán sobre las posibles influencias que posee el medio televisivo en las relaciones sociales. Para ello, procederán a enunciar las más importantes.
- ✓ Seguidamente, seleccionarán algún contenido televisivo de su preferencia y lo analizarán desde la perspectiva de la influencia que posee en el contexto social.
- ✓ Las conclusiones de su trabajo serán presentadas al equipo en general para iniciar un proceso dialógico de aprendizaje.

b) Consumismo de la televisión

Fase A: Trabajo grupal individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ En clases, los participantes contarán con el tiempo establecido por el docente para analizar su propia experiencia consumista del medio televisivo.
- ✓ Para ello, cada participante deberá reflexionar sobre los siguientes tópicos: ¿Cuál es su canal de televisión preferido y por qué?; ¿Cuántas horas dispone diaria, semanal y mensual para visualizar la televisión?; ¿Cuántos televisores posee en su contexto familiar, educativo y laboral?; ¿Cuáles son sus programas preferidos y por qué?; ¿Cuáles son los productos o servicios que difunden en el medio televisivo y que consume o utiliza?; ¿Qué formas de vida, experiencias y expresiones que difunde la televisión que son de su agrado y le gustaría repetir en su vida personal?
- ✓ Los resultados de este diagnóstico personal serán expuestos al grupo y a través de un conversatorio con el docente se analizarán los aspectos vinculados al consumismo de la televisión desde el aspecto individual hacia un contexto grupal.

c) El rol social del comunicador

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ El docente seleccionará una muestra televisiva de diferentes programas de televisión, donde se evidencien los variados roles que realizan los comunicadores sociales en el contexto televisivo.

- ✓ Los participantes visualizarán los contenidos y procederán a reconocer los diferentes escenarios en los cuales pueden participar en el desenvolvimiento de las plantas televisiva.
- ✓ Posteriormente, reflexionarán cómo desde estos escenarios pueden contribuir con la educación para los medios, elaborando para ello una pequeña propuesta personal.

Lecturas recomendadas:

- Barroso, J. (1996). Realización de los géneros televisivos. Madrid: Editorial Síntesis.
- Bayce, R. (1995). El rol de los media en la construcción social. Uruguay: editorial Multidiversidades.
- Coons, J. (1967). Libertad y responsabilidad de las emisoras de radio y televisión. México: Ediciones Limusa- Willey.
- Jelen, M. (1997). Traficantes de realidad. Uruguay: Ediciones del Autor.
- JENKINS, H. (2006). Convergence culture: where old and new media collide. New York: Ediciones NYU Press. [En línea] Disponible en <http://uoc.edu/uocpapers/4/dt/esp/jenkins.1.html>. Consulta: 11 de octubre de 2017.
- Hernández, G. (1998). Teleniños y televiolencias. Caracas: Fondo editorial FHE-UCV.
- Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, Gaceta Oficial N° 38.081 del 07 de diciembre de 2004.
- Piscitelli, A. (1998). Post/televisión: ecología de los medios en la era de internet. Argentina: Editorial Paidós.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona. Ediciones Gedisa. [En línea] Disponible en <http://ipermediaciones/carlos/scolari/cap1.pdf>. Consulta: 11 de octubre de 2017.
- Sodré, M. (2001) Sociedad, Cultura y Violencia. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Ramos, M. (2001). Para educar en valores. Teoría y Práctica. Caracas: Ediciones Paulinas.

Rotker, S. (Compiladora) (2000) Ciudadanías del miedo. Caracas: Editorial Nueva Sociedad.

Velásquez, S. (2003). Violencias cotidianas, violencia de género. Escuchar, comprender, ayudar. Buenos Aires: Paidós Editorial.

Etapa II. Papel del comunicador social en la educación para la televisión

Aguaded (2002:36) sostiene que es necesario: “superar ese divorcio o abismo de separación que existe en la actualidad entre lo que es el universo de la escuela y el de la comunicación (...) Por ello, podemos plantear que los comunicadores tienen que ser educadores y los educadores comunicadores. El comunicador tiene que educar y el educador tiene que entretener”.

“El conocimiento es situado, es parte y producto de la actividad, del contexto y de la cultura en que se desarrolla” (Barriga, 2001: 37). Aunque no existe una pedagogía definida de la educomunicación, la práctica y los métodos utilizados por los educadores y comunicadores que estimulan esta disciplina ponen en evidencia elementos de la teoría constructivista y significativa para lograr en los estudiantes una sensibilidad crítica sobre los mensajes difundidos por los medios de comunicación.

Para Orozco, la educación para los medios parte por reconocerse como sujeto-audiencia. “Ser audiencia significa hoy, en primer lugar, una transformación sustancial de la estructuración de los sujetos. Ser audiencia modifica el vínculo fundamental entre los sujetos sociales con su entorno y los acontecimientos y con las fuentes clásicas de información y producción de conocimientos” (Orozco, 2001: 2).

Tema I. El comunicador social como audiencia frente a la televisión

La participación de los medios de difusión, en especial el televisivo, en la cotidianidad del desarrollo familiar y profesional requiere de un comunicador social

con visiones críticas y emprendedoras frente a la programación que disfrutamos constantemente a través de la pequeña pantalla. A pesar que este profesional trabaja en consonancia con las líneas editoriales de la televisión que están direccionadas a la adquisición de anunciantes y grupos de audiencia, nunca deja de ser receptor de los contenidos que difunde este medio.

En este contexto, el comunicador es productor de la televisión, pero también audiencia. Por esta razón, debe ser formado en este contexto de la educación para los medios que permitirá que su ejercicio profesional sea más completo con una visión de 360 grados en el marco de la información que consume y genera. Su conocimiento sobre el lenguaje audiovisual y el desenvolvimiento del medio como empresa comunicacional le permitirá visualizar de forma holística y hermenéutica la realidad de lo difundido en su contexto social, no olvidando sus responsabilidades y continuando con el compromiso de producir con creatividad espacios que no dejen de educar, informar y por supuesto entretener.

Objetivo general:

- Analizar la relación que posee el comunicador social como audiencia y productor en el contexto televisivo.

Objetivos específicos:

- Describir el papel de la escuela y la familia en los procesos educomunicativo.
- Identificar el intercambio formativo e informativo de la televisión en las audiencias.
- Reconocer la relación que se posee como audiencia con la televisión.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Describir las cualidades que lo definen como audiencia de la televisión?

- ✓ ¿Cuáles relaciones identifica con la televisión en su contexto personal, familiar y laboral?
- ✓ ¿Los contenidos de la televisión educan?
- ✓ ¿Los contenidos de la televisión informan?
- ✓ ¿Cuál considera que es el papel de la escuela frente a la programación televisiva?
- ✓ ¿Cuál es el papel que la familia debe desarrollar frente a los contenidos que son difundidos por la televisión?

Contenidos recomendados:

a) *Intercambio formativo e informativo*

En la sociedad actual la cultura está influenciada directamente por la comunicación. “El hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga también un hecho cultural trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productores de cultura” (Rodríguez, 2003:17).

De esta manera, la televisión forma parte central de nuestra vida cotidiana. “Los medios actúan de manera más significativa en el ámbito mundano. Filtran y modelan las realidades cotidianas a través de sus representaciones singulares y múltiples, y proporcionan referencias, para la conducción de la vida diaria y la producción y el mantenimiento del sentido común” (Silverstone, 2004: 21).

Es por ello, que la televisión no debe ser considerada como un instrumento negativo, a pesar de ser calificada como tal por los contenidos que ofrece y los efectos que puede producir en las audiencias a través de la manipulación mediática. “Los medios de comunicación son un factor condicionante en la cultura de la sociedad, dado

que son un alimento cultural básico y fuente de saber y entretenimiento para la gente común...” (Ávila, Briceño y Olga, 2000:125).

b) *El papel de la escuela y la familia en la educación mediática*

La labor educativa y familiar debe satisfacer las necesidades básicas de la sociedad en el campo de la formación crítica y creativa sobre los mensajes que son transmitidos en el medio televisivo. La escuela no es ajena a la influencia que posee la televisión en los procesos de enseñanza, aprendizaje y construcción de la sociedad.

Por esta razón, ambos núcleos sociales deben emprender desde sus contextos experiencias que estimulen espacios alternativos para dialogar y estudiar la constante relación que poseemos con la televisión. Esta tarea se sustenta en la orientación necesaria que debemos poseer para relacionarnos con los medios, entendiendo que la sociedad de la información requiere cada vez más generar comunicaciones para el desarrollo y progreso social.

El papel de la escuela y la familia deberá estar enmarcado en un proceso dialógico y comunicante, donde a través de la motivación y el constructivismo se puedan diseñar puentes entre la realidad social y la representación de la televisión. Donde la cultura no sea definida por el medio, sino con un brazo comunicante social, consciente y globalizador de intercambio entre audiencias y medios de difusión.

c) *Pensar la relación que se posee con la televisión*

La educación para los medios no nace desde la descalificación del medio de comunicación, en este caso de la televisión. Por el contrario, esta disciplina nos enseña que para que tener una visión crítica del medio debemos observarlo y reconocernos como audiencias de sus contenidos. Sólo así podremos iniciar el camino de la educomunicación.

Al entendernos como audiencia y al reconocer las preferencias que se poseen de la programación televisiva inicia el camino del análisis para visualizar desde otra óptica los contenidos que disfrutamos de los medios. En el caso de los comunicadores sociales vale la pena identificar el papel protagónico que se desempeña en las plantas televisivas

para reconocer la relación directa que posee la profesión en este medio. Claro está, que el ejercicio será completo cuando ese reconocimiento contemple el papel como audiencia y la responsabilidad social que se posee con el target objetivo de cada canal de televisión.

Por esta razón, es recomendable analizar que la televisión está presente en el desarrollo de nuestras vidas como un testigo omnipresente. Su programación nos acompaña en las diferentes facetas diarias de todos los seres humanos. El medio siempre está presente mostrando el fragmento de la realidad que captura a través de las cámaras y que responde a las políticas editoriales que la definen. Es por ello, que antes de ser comunicadores sociales que contribuyen al mantenimiento de la empresa comunicacional, siguen siendo parte de la audiencia.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Intercambio formativo e informativo

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán equipos de trabajo, los cuáles realizarán una investigación sobre el papel formativo e informativo de la televisión en la sociedad.
- ✓ Para ello, deberán consultar no sólo fuentes documentales, sino realizar entrevistas a especialistas en la materia, incluyendo a representantes de las audiencias de la televisión.
- ✓ Una vez elaborada la investigación, el grupo haciendo uso de los conocimientos adquiridos a través de los programas de artes gráficas, diseñarán un afiches que ejemplifiquen el papel formativo e informativo de la televisión.
- ✓ El resultado de los artes realizados se discutirá en clases y se procederá a colocar en espacios públicos para que sea visualizado por el público en general.

b) El papel de la escuela y la familia en la educación mediática

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán equipos de trabajo, los cuáles reflexionarán sobre los siguientes aspectos: a) Cómo desde la escuela se puede contribuir con la educación para los medios y b) Cómo desde el núcleo familiar se puede promover la educación para los medios.
- ✓ Para ello, planificarán la producción de micros radiales con el propósito de sensibilizar a los docentes y a las familias a contribuir con la educación para los medios. Cada grupo realizará las etapas de producción necesarias para el desarrollo de las piezas.

c) Pensar la relación que se posee con la televisión

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes reflexionarán sobre su relación como audiencia con la televisión. Para ello, responderán al siguiente cuestionario: ¿Desde qué edad empezó a relacionarse con la televisión como audiencia?; ¿Alguna persona le enseñó a visualizar la televisión?; ¿Cuándo visualiza la televisión lo hace solo o en compañía?; ¿Qué modelos, opiniones y recomendaciones sigues de la televisión?; ¿Le gustaría ser igual a algún personaje que presenta la televisión? ¿Por qué?; ¿La televisión la usas para qué y cuándo?
- ✓ Los resultados del cuestionario serán presentados al grupo de estudio, donde con el docente analizarán los comentarios y orientará el conversatorio en el marco de la educación para los medios.

Lecturas recomendadas:

Bartolomé, A. (2002). Las tecnologías de la Información y de la Comunicación en la escuela. Artículo: Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, escuela. Editorial Laboratorio Educativo.

Bermejo, J. (2005). Narrativa audiovisual. Investigación y aplicaciones. Madrid: Pirámide.

Bustamante, E (1999). La televisión económica. España: Editorial Gedisa.

Cebrián, M. (2004). La información en televisión. Madrid: Editorial Gedisa. D´Adamo, O. (2007). Medios de Comunicación y Opinión Pública. Madrid: MC GrawHill Ediciones.

Corominas, A. (1999). Modelos y medios de comunicación de masas. Bilbao: Desclée y Brouwer.

Kaplún, M. (1990). Comunicación entre grupos. Argentina: Editorial HVManitas.

Montero, Y. (2006). Televisión, valores y adolescentes. Barcelona.Es: Gedisa.

Petroselli, E (2004). Apuntes sobre el Concepto de Mercancía Aplicado a la Industria Televisiva. Comunicación, Cultura y Sociedad de la Información. Caracas: Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Rodríguez, F (2003). Cultura y televisión. Barcelona.Es: Editorial Gedisa.

Silvertone, R (2004). ¿Por qué estudiar los medios? Argentina: Editores Amorrortu.

Wolf, M. (1994). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.

Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.

Tema II. El comunicador social como productor en el medio televisivo

Los comunicadores sociales juegan un papel importante en la dinámica de las platas televisivas debido a que muchos de ellos participan en labores de la producción de sus contenidos y gerencian departamentos desde los cuales diseñan las políticas editoriales que guían a este medio.

La rentabilidad de la empresa se caracteriza por las dimensiones comerciales e ideológicas que se imponen al quehacer de la programación del medio. “El enfoque comercial lo supedita todo a la rentabilidad económica, de tal manera que aquellos programas que no alcanzan el nivel deseado inmediatamente desaparecen de la programación de los canales privados” (Cebrián, 2004:11). Partiendo del enfoque comercial se desarrolla la estructura económica del medio televisivo cuya prioridad es la rentabilidad de la empresa comunicacional, gracias a la comercialización de sus contenidos.

El comunicador social como productor del medio no escapa de esta realidad y sus ideas creativas se ven influenciadas por las políticas que direccionan el funcionamiento de la televisión. He allí, la necesaria visión educomunicativa que debe poseer el comunicador para producir contenidos que sean pensados para la audiencia.

Objetivo general:

- Analizar la labor del comunicador social dentro de las plantas televisivas en el marco de la educación para los medios.

Objetivos específicos:

- Describir la relación que posee el comunicador social en la construcción del discurso televisivo.
- Indicar las características que definen a un comunicador social con vocación educomunicativa.

Ideas previas del participante:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué entiende por programación televisiva?
- ✓ ¿Cómo es el proceso de la producción televisiva?
- ✓ ¿Cuáles son los tipos de programas más característicos en la programación televisiva?
- ✓ ¿Qué funciones desempeña el comunicador social por tipos de programa?
- ✓ ¿Cuál es la relación que posee el comunicador social con el mensaje televisivo?
- ✓ ¿Cómo describe la labor del comunicador social desde la función educativa?

Contenidos recomendados:*a) La programación televisiva*

La columna vertebral de la televisión como empresa comunicacional es su grilla programacional, la cual está conformada por producciones, promociones y publicidad. La educación para los medios especialmente se impulsa desde la necesidad de realizar una mirada integral de los elementos que conforman la paleta de contenidos de este medio. Bates (1984:213) recopilado por Cabero (1989:123) resume las características del control de la televisión que forman parte de las estrategias de su programación, tales como: horario fijo, escasez de tiempo, efímero, no revisable, continuo, holístico y rico en significado.

A partir de estas características se configura la producción, que para Carpio (1995:14), constituye un “proceso por el que se articulan de manera ordenada y sistemática – y en muchos casos, instintiva – componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos que dan por resultado el producto audiovisual”.

Para Silverstone (2004: 40), en la educación para los medios es “preciso que entendamos este proceso de mediatización, donde surgen los significados, dónde y con qué consecuencias. Es preciso que seamos capaces de identificar los momentos en que el proceso parece derrumbarse. Cuando lo distorsionan la tecnología o la intención”. En este contexto, se debe reflexionar sobre el papel del comunicador como productor de estos contenidos.

b) *El comunicador y su relación con el mensaje televisivo*

La relación que posee el comunicador social con el mensaje televisivo debe ser analizada desde la perspectiva de que el ejercicio profesional es realizado a través de este medio de comunicación.

El equipo humano juega un papel fundamental en la pre-producción, producción y post-producción de la televisión porque gracias a éste es que se ejecutan todas las actividades que permiten concretar el producto audiovisual. El comunicador social forma parte de este equipo, el cual aporta ideas creativas, dirige las producciones y construye la imagen de las mismas.

La figura del comunicador social como presentador de los espacios televisivos prolifera su protagonismo en el medio. Así pues, los comunicadores desempeñan funciones como productores y presentadores de espacios de debate, resúmenes informativos, grandes reportajes, retransmisiones, programas culturales, políticos y educativos. El comunicador se transforma en entrevistador, reportero, comentarista, entre otros. Esta diversidad de funciones de los comunicadores sociales en el medio televisivo es realizada gracias a la preparación que reciben los futuros profesionales de la carrera en las diferentes casas de estudios universitarios del país.

c) *Un comunicador social educomunicador*

El comunicador social representa un papel importante en la preparación de los miembros de la sociedad para la interpretación de los mensajes que son difundidos a través de los medios de comunicación. Está en sus manos la responsabilidad de

consolidar el conocimiento vinculado al lenguaje audiovisual y la estimulación a desarrollar una autonomía crítica frente a los contenidos difundidos. Esta realidad permite reconocer que el comunicador debe asumir su responsabilidad en las estrategias audiovisuales que emplea para responder a las necesidades educativas que exige la sociedad en un mundo cada vez más conectado a los medios, pero sin orientaciones claras para entrar en contacto con sus contenidos.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) La programación televisiva

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán equipos de trabajo. Cada grupo seleccionará la programación de un canal de televisión de su preferencia.
- ✓ Los grupos elaborarán un estudio de la programación identificando en porcentajes los tipos de programas a los cuales se le da preferencia, temática difundida y público al cual está dirigida.
- ✓ Los resultados serán presentados en clases para reflexionar sobre los temas abordados y sobre cómo estos contribuyen en el aspecto sociocultural de las comunidades.

b) El comunicador y su relación con el mensaje televisivo

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes analizarán su relación con el mensaje televisivo, pero desde el punto de vista como productor del medio.
- ✓ Para ello elaborará una maqueta donde se ejemplifiquen las facetas del comunicador social con la televisión.

- ✓ La maqueta será presentada con un ensayo donde se reflexione sobre cómo desde cada una de esas facetas puede contribuir con la educación para los medios.
- ✓ Los resultados serán conversados en clases.

c) Un comunicador social educomunicador

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos y ejemplificarán como debe ser un comunicador social con vocación educomunicativa.
- ✓ Procederán a elaborar un guión para una micro obra de teatro con la temática.
- ✓ Seguidamente planificarán una dramatización en grupo, a través de la cual demostrarán como un comunicador social puede ejercer la labor de educomunicador desde su contexto laboral.
- ✓ Los resultados serán conversados en grupo en la clase.

Lecturas recomendadas:

Aparici, R. (1996): La revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías. Madrid: Ediciones de la Torre.

Bohm, D. (1997). Sobre el diálogo. Barcelona: Editorial Kairós.

Correa, R. (2001). La sociedad mesmerizada. Medios, nuevas tecnologías y conciencia crítica en educación. España: Universidad de Huelva.

Levis, D. (1997). Los videojuegos un fenómeno de masas. Barcelona: Editorial Paidós.

Martel, F. (2011). Cultura Mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas. Madrid: Ediciones Taurus.

Rincón, O. (2006): Narrativas mediáticas o como cuenta la sociedad del entretenimiento. Barcelona: Ediciones Gedisa.

Papert, S. (1997). La familia conectada. Padres, hijos y computadoras. Buenos Aires: Editorial Emecé.

Sartori, G. (1998). Homo videns La sociedad teledirigida. España: Ediciones Alfaguara – Taurus .

Sen, A. (2008). Identidad y violencia. La ilusión del destino. España: Katzeditores.

Etapa III. La televisión y las mediaciones

La educomunicación pretende generar una educación y una comunicación que forme ciudadanos responsables y participativos a partir del conocimiento de su entorno, experiencias y motivaciones para estimular una autonomía crítica y creativa frente a las tecnologías de la comunicación y la información. Esta realidad parte del reconocimiento de las mediaciones que son producidas por la televisión en el seno social.

Las teorías de la comunicación siempre han ocupado especial interés en investigaciones sobre el uso y gratificaciones de los medios, por ello se identifican estudios desde los años 1949 en la materia. Sin embargo, es a partir de los años 1960 que estas investigaciones centran sus objetivos en los motivos por los cuales las audiencias utilizan los medios de difusión.

La televisión se ha convertido en un instrumento no sólo para informar y entretener sino para crear un modelo de hombre y mujer mediatizado, donde el acceso al conocimiento va más allá de la figura institucionalizada de la escuela. Se aprende en cualquier lugar a través de la experiencia de la vida, pero sobre todo por los contenidos que difunde la televisión y los sistemas de interactividad que genera en los diferentes grupos sociales.

Tema: I. Realidad y espectáculo televisivo

La televisión siempre ha estado involucrada en la visión que se posee de la realidad. La presencia que tiene este medio en la dinámica cotidiana condiciona su influencia en el contexto en el cual nos desarrollamos. Su naturaleza mediática determina la construcción de sus discursos, los cuales son un reflejo de la realidad que están condicionados a las políticas editoriales de la empresa comunicacional. Este discurso que maneja contenidos simbólicos e imaginarios emplea la fuerza de la imagen y del sonido para representar y manejar las técnicas del espectáculo. “Con la televisión, la autoridad es en sí la visión en sí misma. No importa que la imagen pueda engañar más que las palabras. Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve” (Santori, 1998:72).

Objetivo general:

- Analizar como en el medio televisivo se maneja el concepto de realidad y construcción del espectáculo televisivo.

Objetivos específicos:

- Identificar el proceso para la construcción del mensaje televisivo.
- Describir las características del discurso televisivo y su influencia cultural.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Cómo es representada la realidad en la producción televisiva?
- ✓ ¿La televisión presenta fragmentos de la realidad?

- ✓ ¿Quién define como serán presentados los contenidos en la producción televisiva?
- ✓ ¿La televisión presenta estereotipos?
- ✓ ¿Desde su perspectiva cuál es la influencia de la televisión en el ámbito cultural?
- ✓ ¿Cómo definiría el discurso audiovisual?

Contenidos recomendados:

a) Construcción de la realidad por parte de la televisión

¿La televisión muestra la realidad? ¿Existe representación del mundo en el cual vivimos por parte de la televisión? Estas interrogantes siempre están presentes en el proceso de la educación para los medios. La subjetividad, intencionalidad y las políticas editoriales de las plantas televisivas influyen directamente en lo que se difunde y en el cómo se difunden los contenidos a través de las pantallas.

Por esta razón, el procedimiento, construcción o estrategia del discurso televisivo están relacionados con la representación que realizan de la realidad del mundo en cada uno de sus programas. De esta manera, mediante sus contenidos la televisión influye en la visión que poseemos del mundo, nos agenda los temas por los cuales debemos preocuparnos y hasta en que debe pensar como sociedad.

En este sentido, es necesario analizar la representación mediática de la televisión y hasta qué punto el comunicador social interviene en este proceso a partir de su participación en la producción de los variados géneros y formatos que conforman el discurso del medio. Para ello, los puntos clave a considerar son: objetividad, jerarquización de contenidos, políticas editoriales, estrategias de representación de la realidad y el manejo de la realidad como ficción.

b) Estereotipos e influencia cultural

La representatividad de la televisión está directamente relacionada con el manejo de estereotipos sociales en virtud de la influencia que poseen los medios de masas en el abanico de visualización de roles, valores, normas, símbolos, comportamientos, expresiones, entre otros. Por estereotipos se entienden “aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre las que hay un acuerdo básico” (Mackie, 1973). Por su parte, Orozco (2000:68) considera que los éstos “son reduccionismos sobre individuos, grupos o instituciones sociales”. En definitiva, los resume en “representaciones”.

El papel de la televisión en este tópico está en la acción de estereotipar la realidad, es decir, contribuir en fijar representaciones de forma permanente o momentánea a través de modelos. Hecho que difunde masivamente presentándole a la audiencia estas representaciones como parte de la normalidad en la vida social, logrando su aceptación y credibilidad en el hecho cultural.

De esta manera, el medio contribuye en la cultivación de actitudes y formas de comportamiento en la sociedad porque posee influencias comprobadas en la conformación de ideas, modelos y formas de comprender los acontecimientos que nos rodean. Es oportuno evaluar la labor que posee en profesional de la comunicación social en la construcción de este círculo de estereotipos o representación a partir de la producción de contenidos y hasta el manejo de su imagen en el contexto televisivo.

c) Características básicas del discurso televisivo

Todo medio de comunicación posee su propio lenguaje y las estrategias para la construcción de su discurso. La televisión posee un discurso audiovisual caracterizado por la inmediatez, versatilidad, continuidad, yuxtaposición de códigos, sonidos y símbolos. Toda esta combinación la hace atractiva para su visualización porque garantiza variadas gratificaciones.

La televisión convierte la realidad en espectáculo y hasta dramatiza lo cotidiano, a través de su discurso, con inicio, desarrollo, conflicto y desenlace. El estudiar las

características del discurso de la televisión permitirá identificar aspectos claves para enseñar los puntos en los cuales como audiencia y productores se debe reflexionar para promover una educación para los medios.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Construcción de la realidad por parte de la televisión

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán equipos de trabajo. Cada grupo seleccionará una telenovela de una cadena televisiva de su preferencia.
- ✓ El grupo visualizará un mínimo de 3 capítulos de la telenovela seleccionada con el propósito de conocer la temática en la cual se desarrolla la producción.
- ✓ Se procederá a identificar los siguientes aspectos: historias desarrolladas en los capítulos visualizados y contextos en los cuáles se desenvuelven las historias.
- ✓ Posteriormente, el grupo realizará un análisis sobre como a través del lenguaje televisivo se diseña la construcción de la realidad desde la visión de la educación para los medios.
- ✓ Las conclusiones serán expuestas al resto de los participantes para el análisis de los diferentes contenidos seleccionados.

b) Estereotipos e influencia cultural

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Cada participante seleccionará un personaje de la televisión de su preferencia.
- ✓ Procederá a elaborar una ficha del personaje, la cual contendrá: nombre del programa de televisión al cual pertenece, nombre del personaje, descripción

psicológica del personaje, descripción física del personaje, elementos de relevancia que caracterizan al personaje estudiado.

- ✓ Seguidamente, se enumerarán los estereotipos identificados que proyecta el personaje seleccionado.

Fase B: Trabajo grupal

- ✓ Cada participante expondrá al resto del grupo de estudio los resultados del personaje seleccionado.
- ✓ En grupo se realizará un debate en el cual se elaborarán conclusiones sobre la influencia de la televisión en el reservorio de estereotipos y su influencia cultural.
- ✓ La actividad concluirá con reflexiones sobre el papel del comunicador social en este proceso.

c) Características básicas del discurso televisivo

Fase A: Trabajo individual

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajo.
- ✓ Cada grupo diseñará un juego didáctico dirigido a diferentes grupos (niños, adolescentes y adultos) a través del cual se enseñen los elementos que constituyen el discurso televisivo como una estrategia de alfabetización de la educación para los medios.
- ✓ Se organizará una actividad social en la cual los estudiantes comprueben la efectividad de los juegos diseñados.

Lecturas recomendadas:

Alonso, J. (2004). Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Barcelona: Icaria.

- Barbera, E. (2005). *Perspectivas sociocognitivas: estereotipos y esquemas de género*. Madrid: Pearson Pentice Hall.
- Baudrillard, J. (2003). *Pantalla total*. Barcelona: editorial Anagrama.
- Bueno, G. (2000). *Televisión. Apariencia y verdad*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Casetti, F. y Dichio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Dondis, D. (1990). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: editorial Gustavo Gili.
- Giménez, P. y Bergara, M. (2009). *Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del fanning*. Madrid: Fragua.
- González, F. (2000). *Investigación cualitativa en psicología. Rumbos y desafíos*. México: Thomson ediciones.
- Lipovetsy, G. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: editorial Anagrama.
- Manovich, L. (2006). *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: editorial Paidós.
- Ranciere, J. (2005). *La fábula cinematográfica. Reflexiones sobre la ficción en el cine*. Barcelona: editorial Paidós.
- Rey, J. (2008). *Publicidad y sociedad un viaje de ida y vuelta*. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones.
- Tubella, I. y Alberich, J. (2012). *Comprender los media en la sociedad de la información*. Barcelona: editorial UOC.

Tema II. Mediaciones y gratificaciones de la televisión

Desde la comunicación, la mediación es entendida “como un proceso estructurante que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con lo que interactúa” (Orozco, 2001:23).

En palabras de Aguaded (1998:134), “la fuerza de este medio está en que mientras todo el mundo mira en la televisión las mismas imágenes, no todos ven la misma cosa. Su éxito, por tanto, y su singularidad respecto a los demás, es la de dirigirse al público, aun cuando uno sabe que son varios los públicos que la miran”.

Para Ferrés (2000:97) si el relato televisivo fascina a las audiencias es porque el espectador tiene la oportunidad de vivir el conflicto narrativo como una prolongación metafórica de sus propios conflictos internos.

Objetivo general:

- Analizar el papel de la televisión en los procesos de mediaciones y gratificación en los telespectadores.

Objetivos específicos:

- Identificar las mediaciones en las cuales participa el medio televisivo.
- Reconocer las gratificaciones que la televisión brinda a las audiencias a través de su programación.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ Desde su perspectiva, ¿qué entiende por mediaciones?
- ✓ ¿Cuáles son las razones que nos conducen a observar la programación televisiva?
- ✓ Como futuro comunicador social, ¿Por qué ejercería en el medio televisivo?
- ✓ ¿Le agrada visualizar la televisión? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuál es el uso que le brinda a la televisión y a sus contenidos?

- ✓ ¿Cuál gratificación identifica en el proceso de visualización de la televisión?

Contenidos recomendados:

a) ¿Por qué observamos la televisión?

Los medios de comunicación y en especial el televisivo penetran cada vez más en las sociedades, representando un elemento vital en la cotidianidad de la vida. Como lo expresa Moreno (1983:21), “la imagen y el sonido tecnificados penetran nuestras vidas y condicionan no sólo lo que comemos, bebemos o hacemos, sino incluso lo que deseamos y soñamos”.

La televisión se ha convertido en un instrumento no sólo para informar y entretener sino para crear un modelo de hombre y mujer mediatizado, donde el acceso al conocimiento va más allá de la figura institucionalizada de la escuela.

La televisión representa una ventana para ver la vida, donde a través de otros dispositivos móviles y el internet se masifican sus accesos. Estos contenidos poseen un gran consumo en virtud de la penetración del medio en la población, su versátil accesibilidad y la cantidad de horas de visualización que las personas le brindan. Los monopolios de las empresas comunicacional son abrumadores y se manifiestan a escalas nacionales e internacionales, donde diferentes emporios definen contenidos y los patrones mediáticos a difundir.

b) Mediaciones de la televisión

Las singularidades de la televisión forman parte central de nuestra vida cotidiana, la cual se desenvuelve en el marco de la mediatización de la realidad presentada en este medio. Al respecto, Silverstone (2004:21) expresa que “los medios actúan de manera más significativa en el ámbito mundano. Filtran y modelan las realidades cotidianas a través de sus representaciones singulares y múltiples, y proporcionan referencias, para la conducción de la vida diaria y la producción y el mantenimiento del sentido común”.

El proceso de la mediatización de la televisión implica el movimiento del significado de un texto a otro, de un discurso a otro, de un acontecimiento a otro.

Implica la transformación constante de los significados, tanto en gran escala como en pequeña, significativa e insignificante, a medida que los textos mediáticos y los textos sobre los medios circulan por escrito, en el habla y en formas audiovisuales, y nosotros, individuales y colectivamente, directa e indirectamente, contribuimos a su producción (Silverstone, 2004: 32).

La televisión como medio de difusión persigue los procesos de identificación y proyección de las audiencias, a través de los programas que integran su grilla programacional. El medio opera como una institución que puede reforzar valores, contravalores o construir nuevos, y así dirigir la percepción que la audiencia tiene del mundo. En esta relación que las audiencias poseen con la televisión se pone en evidencia las diferentes modalidades de intercambio social que se efectúan con este medio, las cuales son resumida por Hernández (2008) como los siguientes intercambios: simbólico, perceptivo, afectivo, agenciativo, normativo y programático. El intercambio simbólico con la televisión está relacionado con los diferentes significados que se generan de la interacción entre la oferta programática de la televisión y las audiencias.

c) *Gratificaciones de la televisión*

Para entender la relación que poseen los telespectadores con la televisión es necesario analizar las gratificaciones que producen en ellos. ¿Pero cuáles son las gratificaciones que produce este medio en los comunicadores sociales que forman parte de su discurso audiovisual? Históricamente los estudios sobre las gratificaciones se remontan a las investigaciones relacionadas sobre la comunicación de masas, las cuales constituyen la historia de las teorías de la comunicación.

En este sentido, es importante en el camino de la educación para los medios estudiar las diferentes teorías de usos y gratificaciones que explican cómo los medios de comunicación masivos pueden ser utilizados para responder a variadas necesidades que

poseen las audiencias. Por esta razón, se estudian las motivaciones de los telespectadores en su acercamiento y uso de este medio de comunicación.

Las gratificaciones están directamente relacionadas al uso y a las emociones que produce en los telespectadores este medio, donde se califica a la audiencia como activa. Estas gratificaciones están relacionadas a los siguientes aspectos: Diversión, relaciones interpersonales, identidad personal o psicología individual y vigilancia del entorno (Werner, Severin, James & Tankard, 2001: 298).

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) ¿Por qué observamos la televisión?

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajo.
- ✓ Los estudiantes realizarán una investigación de campo, con el propósito de identificar las razones por las cuáles observan la televisión.
- ✓ Para ello, diseñarán un cuestionario sencillo, con el cual se materialice el propósito del trabajo a desarrollar.
- ✓ Los resultados serán tabulados y serán analizados en grupo para generar conclusiones considerando los principios de la educación para los medios.

Fase B: Trabajo individual

- ✓ Los estudiantes desde la perspectiva de futuros comunicadores sociales responderán a las siguientes preguntas: ¿Por qué observar la televisión?; ¿cuál es el papel del comunicador social en el funcionamiento de la televisión?; desde su perspectiva, ¿Cómo debe ser el desempeño del profesional de la comunicación social en el medio televisión?; desde su opinión y desempeñando

un papel educomunicativo, ¿cuál debe ser el desempeño de los profesionales de la comunicación social?

- ✓ Los resultados serán expuestos en grupo para generar reflexiones y conclusiones grupales dirigidas por el docente en el marco de la educación para los medios.

b) Mediaciones de la televisión

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajo.
- ✓ Realizarán un trabajo de investigación y análisis sobre las mediaciones identificadas en el proceso de visualización de la televisión. Para ello, es necesario que los estudiantes consideren que las mediaciones son influencias en los procesos de observación de la programación televisiva y las variadas fuentes que las originan.
- ✓ Los resultados serán presentados en grupo para generar un proceso dialógico sobre el tema y conclusiones orientadores en la educación para los medios.

c) Gratificaciones de la televisión

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Conformarán dos grandes grupos. El grupo A serán los entrevistadores y el grupo B serán los entrevistados.
- ✓ El grupo A elaborara un cuestionario para la elaboración de la entrevista donde las preguntas estarán dirigidas a conocer los usos y gratificaciones de sus entrevistados.

- ✓ Las entrevistas serán filmadas con el objetivo de revisar la comunicación no verbal y verbal a la hora de responder las preguntas diseñadas.
- ✓ Se realizarán las entrevistas y se analizarán los resultados con el propósito de reconocer las gratificaciones en las cuales participa el medio en la cotidianidad del día a día.

Lecturas recomendadas:

Castro, G. (2007). *Aprendamos a ver la TV. Guía para padres y maestros*. Bogotá: CNTV.

Fuenzalida, V. (1997). *Televisión y cultura cotidiana*. Santiago de Chile: CPU.

Santibáñez, C. (2003). *Mirando televisión*. Santiago de Chile: Bravo y Allende editores.

Hernández, T. (2003). *El perfil del consumidor venezolano y sus hábitos de consumo cultural*. Venezuela. Reprografía.

Martín-Barbero, J. (1986). *De los medios a las mediaciones*. México: Gily.

Orozco, G. (1987). *Televisión y producción de significados*. México: Universidad Iberoamericana.

Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.

Etapa IV. Lectura crítica del medio televisivo

Cada día la cotidianidad social está rodeada de la programación de la televisión, cuyos contenidos en el marco de la educación para los medios deben ser visualizados a través de lecturas críticas. “En la lectura es el sujeto que controla la experiencia, controla el ritmo del proceso. En la televisión es el medio el que controla la experiencia, el ritmo del proceso, la cadencia de paso de las imágenes, la duración de la experiencia” (Ferrés, 1994).

Para José Martínez de Toda (1998) un sujeto crítico es aquel que “se da cuenta que algunas proposiciones (o presentaciones de los medios) vienen distorsionadas ideológicamente a favor de los poderosos”. En este sentido, un telespectador o un

comunicador social crítico debe saber deconstruir los mensajes que visualiza o produce para el medio televisivo, identificando los propósitos que orientaron su creación o las ideologías que lo envuelven.

El objetivo de las lecturas críticas es permitir formar ciudadanos cada vez más conscientes del lenguaje audiovisual y del funcionamiento de las empresas televisivas para permitir una autonomía crítica individual basada en la experiencia cultural y social que lo caracteriza.

Tema I. Educar a ver a la televisión desde el interior y exterior

La actitud crítica frente a la programación televisiva por parte de los comunicadores sociales comprende realizar un ejercicio de autoevaluación profesional de las actividades que se desarrollan como parte del equipo de estas empresas comunicacionales. Por esta razón, el trabajo de las lecturas críticas deben partir desde el escenario como televidentes, pero al mismo tiempo como productores de muchos de los posibles contenidos que difunde este medio. Para ello, el comunicador social puede disponer de la gama de teorías que son estudiadas durante su formación que comprenden aspectos críticos hacia los medios para ponerlas en práctica en los dos contextos que se indicaron anteriormente.

Objetivo general

- Aplicar prácticas para la lectura crítica de la televisión por parte de estudiantes de comunicación social.

Objetivos específicos

- Indicar algunas claves teóricas para el análisis crítico del lenguaje televisivo.
- Practicar la lectura crítica a diferentes mensajes televisivos.

Ideas previas de los participantes:

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Desde su perspectiva en qué consiste la lectura crítica?
- ✓ ¿Dentro del ejercicio profesional se puede ejercer una lectura crítica de la televisión?
- ✓ ¿Desde su punto de vista, cuáles pasos pueden resumir la elaboración de una lectura crítica de la televisión?
- ✓ ¿Por qué las audiencias deben estar preparadas en la visión crítica de este medio?
- ✓ Desde lo estudiado en las teorías de la comunicación, ¿Cuáles son las corrientes más reconocidas que estimulan la lectura crítica de los medios?

Contenidos recomendados:

a) Lecturas críticas

Este pensamiento crítico cuestiona las diferentes ideologías que pretendan el control social capitalista y descalifiquen la necesaria transformación espiritual y moral del hombre en su desarrollo social. El método de la educación para la percepción crítica de la televisión es una preocupación presente en las diferentes teorías desarrolladas por cada uno de los autores.

No existe un método específico para lograr la autonomía crítica frente al discurso audiovisual. Por ejemplo, José Martínez de Toda, recopila las diferentes visiones que han existido durante la historia en la educación televisiva para las audiencias, pero no brinda un método o un conjunto de estrategias que puedan ser aplicadas actualmente a los educandos. Por su parte, Mario Kaplún, Len Masterman Gustavo Hernández, Guillermo Orozco y Joan Ferrés han diseñado diferentes estrategias para orientar a los educadores en la disciplina de la educación para los medios. Sin embargo, son estrategias interesantes, las cuales presentan diferencias en la aplicación, pero persiguen un fin común: la autonomía crítica.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) Lecturas críticas

Fase A: A través de diferentes miradas

- ✓ Una vez discutidos en clases los diferentes contenidos sobre la lectura crítica, se procederá a conformar grupos.
- ✓ El facilitador presentará una lista de los diferentes postulados teóricos a los grupos conformados con la intención de que cada grupo seleccione el postulado teórico con el cual desea trabajar.
- ✓ Seguidamente, el facilitador presentará a todos los grupos una muestra televisiva seleccionada para que la observen detenidamente.
- ✓ Cada grupo a partir del postulado teórico seleccionado procederá a realizar una visión crítica de la muestra televisiva presentada por el facilitador.
- ✓ Al concluir el tiempo propuesto por el profesor, cada grupo expondrá brevemente su mirada crítica a partir del postulado teórico que seleccionó. Además, dramatizará una propuesta diferente de cómo ocurrieron los hechos en la muestra audiovisual presentada por el facilitador.

Fase B: Análisis crítico

- ✓ Se formarán en grupo los participantes. Cada grupo seleccionará un tipo de programa (informativo, cultural, educativo, recreativo, deportivo y de opinión) de su preferencia que este siendo transmitido actualmente a través del medio televisivo.
- ✓ El grupo aplicará a este programa una lectura crítica a través del instrumento y postulado teórico educ comunicativo acordado con el facilitador.
- ✓ La actividad presentará como resultado un breve trabajo escrito y una propuesta de producción del programa seleccionado a partir de la lectura crítica.

Lecturas recomendadas:

- ✓ Aguaded, J. (2001). Educar para la comunicación. En: *La TV ¿Enemiga o aliada?*_Cuaderno ININCO Nro. 1.
- ✓ Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). Cómo analizar un film. España: Paidós ediciones.
- ✓ Ferrés, J. (1996) *Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Paidós Editorial. Barcelona.
- ✓ Ferrés, J. (1999) *Televisión y Educación*. Paidós Editorial. Barcelona.
- ✓ Greimas, J. (1971). La semántica estructural. Madrid: Gredos.
- ✓ Iriarte, O. (1995). Conciencia crítica y medios de comunicación: técnicas de análisis. Bolivia: Centro de apoyo a la educación popular.
- ✓ Martínez de Toda y Terrero, J. Seis Dimensiones de la Educación para los Medios. Revista comunicación, Nro 103, pp. 33-47, Centro Gumilla. Caracas.
- ✓ Masterman, L. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación. Ediciones La Torre. Madrid.
- ✓ Niños, V. (2007). Fundamentos de semiótica y lingüística. Bogotá: Ecoe ediciones.

Etapa V. Creatividad en la construcción de relatos y sentidos

Para los comunicadores sociales en su ejercicio profesional en el medio televisivo además de las herramientas y destrezas necesarias que deben poseer en el lenguaje audiovisual, la creatividad constituye uno de los principales elementos que deben estar presentes en su desempeño. La creatividad está directamente relacionada con el hecho de la producción de nuevas ideas para hacer más cercana a la audiencia la programación que dirigen.

Este profesional constantemente crea en el medio a partir de variadas acciones tales como la elaboración de planteamientos, identificación de necesidades y propuestas alternativas o el desarrollo de nuevas ideas a partir de estudios de audiencias y de la competencia. La creatividad contempla un pensamiento que constantemente

persigue el descubrimiento de nuevas maneras de hacer las cosas. Por esta razón, siempre es involucrada con la acción de recrear nuevas posibilidades a través de la identificación de alternativas y nuevos caminos.

A partir de esta condición, el comunicador social puede fomentar la educación para los medios mediante el uso de la creatividad, a través de la cual puede transformar o mejorar la utilización de la televisión en el contexto social, pensando en su audiencia y respondiendo a las necesidades culturales que posee.

Tema I. Creatividad para la televisión

Hablar de creatividad es plantear soluciones a las dificultades, lograr metas, identificar oportunidades de cambio, perfeccionar o mejorar, introducir algo nuevo. Estas expresiones no están alejada de la realidad en la producción audiovisual, la cual requiere de constantes innovaciones para garantizar el seguimiento de las audiencias a sus contenidos. El comunicador social puede emplear la creatividad para respaldar desde su labor la educación para los medios a través de la televisión.

La creatividad televisiva va relacionada con el hecho de la innovación en la forma que se reescribe ante cada cambio social, pero sobre todo a los avances tecnológicos, donde tiende a crear procesos de adaptación y de invención para subsistir en un mundo que evoluciona cada vez más en las tecnologías de la comunicación y la información.

La televisión en vez de bajar su popularidad se mantiene en la actualidad masificándose a través del internet y de las variadas pantallas que surgen y que cada vez son más cercanas a la sociedad. Por este motivo, se requiere transformar los usos sociales hacia este medio, donde los comunicadores desde una óptica crítica y creativa fomenten el fortalecimiento de audiencias y profesionales de la comunicación cada vez más comprometidos a elaborar contenidos para este medio en el marco de la educomunicación.

Objetivo general:

- Aplicar prácticas comunicacionales orientadas a promover la creatividad para el uso de la televisión en la educación para los medios.

Objetivos específicos

- Renocer en qué consiste la creatividad para los comunicadores sociales.
- Practicar diferentes estrategias metodológicas para iniciar la creatividad en la educación para la televisión desde el aspecto comunicacional.

Ideas previas de los participantes

Se recomienda conversar con los estudiantes para explorar sus conocimientos y puntos de vistas en los siguientes aspectos, desde la elaboración de interrogantes que estimulen los procesos dialógicos y reflexivos:

- ✓ ¿Qué entienden creatividad?
- ✓ ¿La televisión es creativa? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuáles son las características de una persona creativa?
- ✓ ¿Un comunicador social es creativo?¿Cómo? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cómo puede ser un comunicador social creativo en sus actividades de enseñanza?
- ✓ ¿Cómo se puede relacionar creatividad y programación televisiva?
- ✓ ¿Por qué la educación para los medios considera la creatividad como una dimensión en esta disciplina?

Contenidos recomendados:*a) Creatividad o imitación*

La televisión es sinónimo de creatividad, en virtud que sus variados programas, promociones o publicidades se valen de ella para el desarrollo de sus producciones. La creatividad “es la habilidad de producir formas nuevas y reestructurar situaciones

estereotipadas” (Getzels y Jackson, 1962). De la Torre (1999) complementa esta definición al afirmar que “si definir es rodear un campo de ideas con una valla de palabras, creatividad sería como un océano de ideas desbordado por un continente de palabras”.

En el proceso de creatividad existen ocho habilidades que la componen y que los comunicadores sociales las ponen en práctica para el ejercicio de sus funciones en el medio televisivo. Estas habilidades según Guilford (1950) y Dedboud (1992) se pueden resumir en: sensibilidad para los problemas, fluidez, flexibilidad, originalidad, redefinición, análisis, síntesis y penetración.

La creatividad dista de la imitación, la cual consiste en copiar modelos ya existentes. En este sentido, es necesario que el profesional de la comunicación social analice su papel desde estas dos concepciones, creatividad e imitación, en el proceso de sus labores dentro de las plantas televisivas contextualizando en el accionar de la educación para los medios.

b) ¿Cómo puede cooperar el comunicador para crear otros relatos?

En la educomunicación se requieren de comunicadores sociales que propicien nuevas formas de comunicación y de producción de contenidos para el mismo medio televisivo o para el escenario educativo. En este sentido, es oportuno que los futuros comunicadores sociales reflexionen sobre los diferentes escenarios en los cuales se desenvolverán como profesionales en las plantas televisivas y de esta forma identificar las funciones en las cuales la creatividad de los mismos puede influir en los relatos o contenidos que conformarán a la parrilla programacional.

Esta reflexión permitirá identificar a los futuros profesionales espacios en los cuales pueden cooperar para la creación de nuevos contenidos o puntos de vistas en las formar de manejar el discurso televisivo o incentivar la educación para la lectura de la televisión. Para ello, es evidente que se deben repasar las diferentes etapas de la producción de los contenidos televisivos, así como la dirección empresarial del medio y la responsabilidad que posee el comunicador con sus audiencias.

La creatividad en cada uno de estas etapas concebidas desde el conocimiento de las funciones y la generación de innovaciones, que permitan al futuro profesional analizar opciones en la práctica desde una óptica de la educación para los medios para la producción de contenidos.

c) *Creatividad en pro de la educomunicación*

La creatividad en la educación para los medios es elemental dentro de las dimensiones que son resumidas por Martínez de Toda (1998), donde se considera a un sujeto creativo aquel que sabe “construir una resignificación de significados, y sabe cómo producir mensajes audiovisuales originales que sean útiles para la sociedad y que estén basados en valores aceptados por su comunidad creativa”.

De esta manera, estimular la creatividad en los futuros comunicadores sociales permitirá el desarrollo de ideas e innovaciones para el desempeño laboral en la televisión por parte de ellos, así como en la producción de contenidos para este medio o para la disciplina de la educación en sus diferentes contextos. Los profesionales de la comunicación están preparados en el lenguaje audiovisual y pueden elaborar proyectos que respalden la labor de la educomunicación dirigidos a las audiencias o a los docentes.

Estrategias y orientaciones metodológicas:

a) *Creatividad o imitación*

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajos.
- ✓ Posteriormente elaboraran un listado de las variadas actividades en las cuales puede participar un comunicador social en las diferentes etapas de la producción de los contenidos televisivos, así como la dirección empresarial del medio y la responsabilidad que posee el comunicador con sus audiencias.

- ✓ Seguidamente, elaboraran recomendaciones creativas de cómo desde estas actividades pueden contribuir de forma creativa a la disciplina de la educomunicación.
- ✓ Los resultados de la actividad serán presentados al resto del grupo de estudio para generar un proceso dialógico flexivo sobre los temas abordados.

b) ¿Cómo puede cooperar el comunicador para crear otros relatos?

Fase A: Trabajo grupal

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los participantes conformarán grupos de trabajos.
- ✓ Elaborarán un listado de las actividades en las cuales pueden participar los comunicadores sociales para crear nuevos relatos a través del medio.

c) Creatividad en pro de la educomunicación

Fase A: Producción de piezas audiovisuales

- ✓ Antes de ejecutar el ejercicio, los participantes habrán realizado las lecturas presentes en las fuentes recomendadas para el tema.
- ✓ Los estudiantes conformarán grupos para elaborar nuevos enfoques y propuestas creativas para programas televisivos informativos, recreativos, educativos, culturales, deportivos, de opinión, entre otros. Es necesario que a través de cada idea el estudiante ponga en práctica los principios de la creatividad en consonancia con la educación para los medios.
- ✓ Se realizará la producción y postproducción de las propuestas.
- ✓ Los resultados finales serán presentados a todos los participantes del curso para generar una retroalimentación sobre las nuevas producciones realizadas.

Lecturas recomendadas:

Boden, M. (1994). La mente creativa. Mitos y mecanismos. Barcelona, Gedisa.

- Borrads, M. y Colomer, A. (1987). El guión del video didáctico. Barcelona, Altafalla.
- De Bono, E. (1994). El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Barcelona, Paidós.
- De la Torre, S. (1999). Creatividad y formación. México: editorial Trillas.
- Gámez, G. (1994). Todos somos creativos. Barcelona, Urano.
- Gardner, H. (1999). Estructuras de la mente. La teoría de las inteligencias múltiples. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Goleman, D., Kaufman, P. y Ray, M. (2000). El espíritu creativo. España: Vergara.
- Hamel, G. (2008). El futuro del managemet. México: Paidós Ibérica.
- Marín, R. (1991). Manual de creatividad. Aplicaciones educativas. Barcelona, Vicens Vives.
- Marina, J. (1993). Teoría de la inteligencia creadora. Barcelona, Anagrama.
- Ordoñez, M. (2010). Cambio, creatividad e innovación. Argentina: Granica.
- Orozco, G. (2003). Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Parrish, D. (2009). Una guía para los negocios creativos. Bogotá: editorial Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Rama, C. (2003). Economía de las industrias culturales en la globalización digital. Buenos Aires: Eudeba ediciones.
- Rey, G. (2009). Industrias culturales, creatividad y desarrollo. Madrid: AECID.
- Rodríguez, E. (2000). Mil ejercicios de creatividad clasificados. Colombia: editorial Mc Granw Hill.
- Rowan, J. (2010). Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad. Madrid: editorial traficantes de sueños.

Torres, S. (1995). *Creatividad aplicada. Recursos para una formación creativa*. Madrid, Escuela Española.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La educación y la comunicación son disciplinas complementarias que en los procesos de continuas interacciones que viven las generaciones con los medios de comunicación pueden ser orientadoras desde los diferentes escenarios que configuran a la socialización. Por esta razón, es labor de los profesionales de estas disciplinas disminuir cada día más las posibles brechas que puedan separarlas. Esta tarea debe estar acompañada de un continuo replanteamiento y actualización a la par de los avances y las necesidades de una sociedad que continuamente está más conectada, a través de las tecnologías de la comunicación y la información.

La educación para los medios aboga por esta permanente revisión y afronta desde ambas disciplinas (educación y comunicación) el desarrollo de teorías y estrategias metodológicas para el desarrollo de prácticas que desde las diferentes dimensiones del sujeto eduquen la mirada hacia los medios de comunicación, en especial el televisivo, que forma parte del objeto de estudio del presente trabajo. De esta manera, la educación para los medios defiende y promueve el uso de la televisión en la cotidianidad para ser visualizada desde una óptica que abogue por visiones alfabetizadas, conscientes, sociales, activas, críticas y creativas sobre los contenidos que difunde.

La evolución de la educación para los medios se encuentra en variados enfoques teóricos que han evolucionado de la mano con la educación y la comunicación, que se relacionan entre sí para promover diferentes miradas a la programación de la televisión. Estos enfoques se han concentrado en contemplar el poder que poseen los medios de comunicación frente a una audiencia que puede ser pasiva frente a sus contenidos, en contraposición de aquellos que abogan por una nueva forma de recepción de la programación, donde las audiencias deben estar preparadas para las continuas

interacciones que ejerce con los medios. Las gratificaciones y mediaciones que son producidas a través de la televisión no dejarán de existir y más bien gracias a la ayuda de otras tecnologías de la información y la comunicación se multiplicarán sus accesos a través de diferentes formas y vías. Los medios están cada vez más involucrados en la cotidianidad del día a día de los ciudadanos sin importar la edad, el estrato social y la preparación profesional.

En este contexto, la educación para los medios requiere de profesionales en las áreas de la educación y comunicación social que brinden desde sus espacios de ejercicio laboral aportes que contribuyan con el desarrollo de esta disciplina. El papel de estos profesionales está en los procesos de orientación y de acompañamiento sobre la realidad del mundo televisivo y sus implicaciones en el desenvolvimiento social. La educación para los medios favorece desde el punto de vista educativo la conexión de la escuela con el entorno, y desde el punto de vista comunicacional promueve la conciencia de los profesionales audiovisuales y sus implicaciones en la cultura y desarrollo social.

En el país se ha reconocido desde varios aspectos legales la importancia de promover la percepción crítica frente a los medios de comunicación. Sin embargo, desde el Estado es poco lo que se ha desarrollado de la mano con el sector académico para garantizar una pedagogía de los medios, a pesar de que han invertido recursos financieros en la elaboración de proyectos a pequeña escala y sin planificación nacional, liderados por productores audiovisuales y respaldados por ministerios e instituciones no vinculadas con la práctica educativa.

Por esta razón, se estudió una muestra de los postulados teóricos de la educación para los medios, donde se evidenció el carácter multidimensional de esta disciplina, con el propósito de reconocer los variados enfoques que la integran. Estos resultados permitieron acercarnos a identificar aspectos teóricos relacionados a la educación para

los medios en la formación de docentes y comunicadores sociales para potenciar la práctica de la educomunicación como un eje transversal e integrador.

Para ello, se seleccionó como muestra de trabajo a las escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, con el propósito de identificar en sus diferentes programas de formación la existencia de enfoques vinculados con la educación para los medios, para un visionado alfabetizado, consciente, activo, social, crítico y creativo, según la teoría multidimensional de José Martínez de Toda.

Por esta razón, el presente trabajo resume un conjunto de recomendaciones que constituyen posibles estrategias teóricas y metodológicas para iniciar un acercamiento a la educación para los medios en la formación de los futuros profesionales de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. La implementación de la propuesta representa un primer acercamiento a tópicos vinculados con la educomunicación para estimular un mayor desarrollo de esta área. Es una propuesta abierta como un eje transversal que puede ser aplicada en varias de las asignaturas que son dictadas dentro del diseño curricular que integra la formación de los educadores y comunicadores que egresarán de esta casa de estudios, en virtud que para su elaboración fueron consultados con los programas de formación.

El proceso de preparación de los profesionales de la educación y la comunicación social en la educación para los medios constituye una visión hacia el futuro. Las tecnologías de la comunicación y la información avanzan cada día y se convierten en extensiones para la comunicación y para la vida en sociedad. Esta propuesta teórica metodológica se realiza pensando en el futuro donde cada vez más se demandará de profesionales capacitados para entender el lenguaje audiovisual que avanza con nuevas formas más interactivas. Es un primer esfuerzo para poner en práctica lecturas, abordajes y actividades donde los futuros profesionales puedan

visualizar desde otra óptica el medio televisivo y puedan orientar a sus futuros alumnos y audiencias en esa cotidiana visualización de la televisión.

Los temas recomendados en la propuesta surgieron de los resultados de los estudios realizados, donde se pretende un acercamiento a la realidad de la producción televisiva para conocer su desempeño en la sociedad, claro está sin descalificaciones o recomendaciones para no visualizarla. La educación para los medios parte de que su ejercicio principal, se inicia con el contacto con los medios para conocerlos, entenderlos, analizarlos y ser creativos para producir nuestros propios contenidos. La idea es que los profesionales de la educación y la comunicación sean multiplicadores en este proceso orientador para mediar con los medios. Comprender que desde la educación podemos ayudar, pero desde la comunicación también. El objetivo es tender puentes y superar la desconexión. Reconocer el papel social de cada una de estas profesiones y que junto al entorno familiar se pueda estimular mejores ciudadanos que aprendan a visualizar la televisión.

En este sentido, al consultar los programas de formación de la Escuela de Educación de la UCV se evidenció que a los estudiantes de educación les brindan conocimientos generales sobre la comunicación televisiva con el objetivo de utilizar este medio como un recurso y complemento didáctico, sin ser el objeto de estudio en sí mismo y la relación con sus audiencias. A pesar de que se estimula el aprovechamiento creativo de la televisión siempre está orientado a brindar conocimientos específicos en las áreas académicas que desempeña el docente. Sin embargo, los estudiantes de educación son aproximados a las dimensiones del sujeto alfabetizado, consciente y creativo, pero como un eje transversal en la carrera sin vincularse exclusivamente con la televisión, pero sí con enfoques teóricos relacionados.

En cambio, los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV son alfabetizados mediáticamente en el lenguaje de la comunicación visual,

audiovisual, publicitaria y de relaciones públicas. No obstante, el acercamiento a estos conocimientos está caracterizado por aspectos teóricos y prácticos en el contexto del funcionamiento de los medios de comunicación sin evidenciarse áreas específicas para la lectura de la televisión desde la educomunicación.

Esta realidad también se vio reflejada en las entrevistas grupales que fueron realizadas en ambos escenarios educativos, las cuales permitieron identificar oportunidades para la formulación de recomendaciones para estimular la educación para los medios en sus diferentes dimensiones. Por su parte, las entrevistas realizadas a los especialistas nacionales e internacionales brindaron aportes significativos para la aplicación de la educación para los medios en la formación de los futuros profesionales de la educación y la comunicación social, reiterando que dicha educación debe estimular la autonomía crítica en un mundo cada vez más mediatizado.

Es por ello, que surge la necesidad de un constante diálogo interdisciplinario entre la educación y la comunicación, el cual debe ser fortalecido en el ejercicio profesional, en los espacios educativos y de las plantas televisivas. La autonomía crítica representa en este campo una meta vital, porque lo importante es que el individuo después de la aplicación de la educación para los medios pueda valerse por sí mismo para desarrollar sus lecturas críticas y la problematización de la realidad. Es la necesidad de reconocer que en la vida convergen diferentes mediaciones lingüísticas, mediáticas, técnicas, institucionales y emocionales, para que como audiencias podamos estar advertidos frente a los contenidos que son difundidos por la televisión.

Los temas y actividades de la propuesta están caracterizados por valorar los procesos de diálogo, desde una perspectiva creativa y constructivista, resaltando el aprendizaje motivacional como estrategia para comprender las emociones y prejuicios que como audiencias tenemos de la programación televisiva. De esta manera, la educomunicación promueve los pensamientos originales, la libertad de expresión y el respeto hacia el otro. Este propósito no excluye a los canales de televisión, los cuales a

través de comunicadores sociales conscientes de esta disciplina deben poner sobre las mesas de producción la responsabilidad que poseen en la educación para las audiencias con el diseño de contenidos que no estén en contra de los principales valores de la humanidad y de la educación. Es indispensable reconocer que es necesario que la presente propuesta teórica metodológica sea puesta en práctica por los profesores de ambas Escuelas a fin de determinar qué aspectos teóricos o prácticos se pueden complementar o descartar, considerando el contexto sociocultural de los estudiantes. Asimismo, se puede profundizar en el diseño de materiales curriculares que enriquezcan a la propuesta.

La educomunicación debe ser entendida como una metodología de trabajo que puede ser empleada de forma transversal en los currículos de las profesiones de educación y comunicación social. La disciplina promueve una forma diferente para indagar y cuestionar las variadas fuentes del conocimiento en la cultura que nos rodea, y en especial la de los medios de comunicación. Por esta razón, sus estrategias de trabajo se basan en el aprendizaje activo, el diálogo, las actividades en equipo y los ejercicios prácticos y vivenciales. Es por ello, que el profesor no posee el conocimiento absoluto en esta disciplina, porque él y el estudiante se encuentran en variados procesos de co-investigación y aprendizaje de los medios de comunicación social, los cuales gracias a los avances de las tecnologías de la comunicación y la información están en continuas interacciones desde diferentes contextos con las audiencias

FUENTES CONSULTADAS

AGUADED, J. (1998). Educación para la competencia televisiva. Fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en educación secundaria. Tesis Doctoral. España: Universidad de Huelva.

AGUADED, J. (2002). “Educar para la comunicación” En: La TV ¿Enemiga o aliada? Cuaderno ININCO Nro. 1. Caracas, Venezuela.

APREA, G. Una mirada sobre la semiótica de los lenguajes audiovisuales. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine Audiovisual. Universidad de Buenos Aires-Universidad nacional General Sarmiento. [En línea] Disponible en: http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=114%3Auna-mirada-sobre-la-semiotica-de-los-lenguajesaudiovisuales&catid=

Consulta: 27 de diciembre de 2012.

Apuntes (1987). Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Volumen 1 Diciembre.

ARGONA, J. y Victoria, J. (2011). Análisis cuantitativo de la televisión y el video en internet (WebTV). Estudio de formatos, contenidos y origen. Universidad de Málaga. [En línea] Disponible en: <http://fjc.usal.es/index.php/sumario3/75-analisiscualitativodelatelevision.pdf>. Consulta: 19 de noviembre de 2014.

AUSUBEL, D. (1986). Psicología Educativa. México: Ediciones Trillas.

ASUBEL, NOVAK y HANESIAN (1976). Psicología educativa. México: Ediciones Trillas.

BALESTRINI, M. (2001). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Venezuela, Caracas: Editorial Consultores Asociados.

BARRIGA, F. (2001). Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. México: Editorial McGrawHill.

BARROSO, J. (1996). Realización de los géneros televisivos. España, Madrid: Editorial Síntesis.

BARTOLOMÉ, A. (2002). Las tecnologías de la Información y de la Comunicación en la escuela. Artículo: Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, escuela. Editorial Laboratorio Educativo.

BAUTISTA, J. Criterios didácticos en el diseño de materiales y juegos en educación infantil y primaria. España: Universidad de Huelva. [En línea] Disponible en: www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/02/02.../bautista.pdf. Consulta: 26 de mayo de 2015.

BATES, A. (1984). La radiodifusión en la educación: una evaluación. Londres: Contable editorial.

BAZALGETTE, C. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación en la enseñanza Primaria y Secundaria, en APARICI, R. (Coord.): La revolución de los medios audiovisuales. Madrid, España: Ediciones la Torre.

BEDOYA. (1995). Características Motivacionales de los Gerentes. Rogya, C. A.. Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela: Ediciones EVEMO.

BEDOYA, J. (2005). Epistemología y pedagogía. Madrid, España: Ecoe Ediciones.

BECERRA, J. (2004). Apropiación, cultura y mediaciones. En: Quórum Académico, Vol. 1, Nº 1 (enero - junio 2004), Maracaibo, Venezuela. LUZ.

BERLO, D. (1973). El proceso de la comunicación. Caracas, Venezuela: Ediciones Ateneo.

BISBAL, M. (1989). La comunicación interrumpida. Caracas, Venezuel: Fondo Editorial de Humanidades y Educación. UCV.

BLÁZQUEZ, J. (1994). Los recursos en el currículo. Didáctica General. Un enfoque curricular. Barcelona, España: Alcoy Ediciones.

BORREGO, C. y DE PABLOS, J. (1994). Estudio psicoeducativo de la programación infantil y juvenil del Canal Sur de Televisión. Universidad de Sevilla.

BUSTAMANTE, E. (1999). La televisión económica. Madrid, España: Editorial Gedisa.

CABERO, J. (1989). Tecnología Educativa: utilización didáctica del vídeo. Barcelona, España: Ediciones PPU.

CABERO, J. Propuestas para la utilización del video en los centros. Universidad de Sevilla. [En línea] Disponible en: http://www.lmi.ub.es/te/any96/cabero_bvte/. Consulta: 20 de febrero de 2006.

CABERO, J. Retomando un medio: La televisión educativa. [En línea] Disponible en: <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/118.pdf>. Consulta: 28 de febrero de 2006.

CALVO, J. (1996). Los medios de comunicación social en la animación. Madrid, España: Editorial Gedisa.

CARPIO, S. (1995). Producción audiovisual. Lima, Perú: Fondo de Desarrollo Social.

CASADO, J. (1996). Canal Sur y el desarrollo de la televisión educativa andaluza, en Comunicar, 6; marzo. Huelva, España: Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.

CASTAÑEDA, Y. (2006). La Televisión Digital en Venezuela ¿Cuál sistema se adoptará? [En línea] Disponible en <http://neutron.ing.ucv.ve/>. Consulta: 21 de enero de 2015.

CASTILLO, J. (2000). Elementos del lenguaje audiovisual. Instituto Oficial de Radio Televisión.

CASTRO G, K. (2003). Impacto de la implementación del pensum del años 1987 en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social en el año 2003. Tesis de Grado. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela.

CEBRIÁN, M. (2004). La información en televisión. Madrid, España. Editorial Gedisa.

CECODAP (2007). ¿Qué desean las niñas y los niños caraqueños de la programación televisiva? Caracas, Venezuela. (Presentación de la institución).

Centro Nacional de tecnología de Información-CNTI (2013). Televisión Digital Abierta Interactiva. (Presentación de la institución).

CIMPEC, Centro interamericano para la Producción de Material Educativo y Científico para la prensa (1976). Manual de periodismo educativo y científico. Colombia, Bogotá.

Colegio Nacional de periodista (1988). Código de Ética, aprobado en la III Convención nacional del CNP. Venezuela, Mérida.

COLL, C. (1990). Un marco de referencia psicológico para la educación escolar. La concepción constructivista del aprendizaje y de la enseñanza. Madrid, España: Ediciones Alianza.

COLINA, C. (2003). Mediaciones digitales y globalización. Reflexiones, lecturas y aportes. Comisión de Estudios de Postgrado, Facultad de Humanidades y Educación, . Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela

COLWELL, R. (2005). Tomando la temperatura de la pedagogía crítica. Investigación en Educación Musical. University of Illinois. [En línea] Disponible en <http://wwwusr.rider.edu/~vrme/v6n1/visions/Colwell%20Taking%20the%20Temperature%20of%20Critical%20Pedagogy.pdf> . Consulta: 20 de mayo de 2015.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Gaceta oficial Extraordinaria N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1999.

CONATEL (2005). Informe de Gestión 2004. Caracas, Venezuela: Editorial Gráficas León.

CONATEL (2006). Anuario Estadístico 2003-2004. Caracas, Venezuela. (Presentación de la institución).

CONATEL (2006). Presentación proyecto Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. [En línea] Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/responsabilidadsocial>). Consulta: 27 de octubre de 2006.

CONATEL (2014). Cifras del sector Telecomunicaciones. III Trimestre 2014. (Presentación de la institución).

CONATEL (2015). Conatel presentó su gestión del 2014 en La Iguana.TV [En línea] Disponible en: <http://laiguana.tv/articulo/29-13>. Consulta: 29 de diciembre de 2014.

CUENCA, G. (1987). Cuadernos de la Escuela Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Apuntes 1.

CUENCA, G. (1998). La enseñanza de la comunicación y el periodismo en Venezuela. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela.

D'ADAMO, O. (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid, España: MC GrawHill Ediciones.

DELORS, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. Madrid, España: Santillana/UNESCO. [En línea] Disponible en: www.uom.uib.cat/digitalassets/221/221918_9.pdf. Consulta: 11 de enero de 2015.

DELORS, J. (1996). La educación encierra un tesoro. Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI de la UNESCO. Madrid, España: Santillana/UNESCO. [En línea] Disponible en: www.unesco.org/education/pdf/delors_s.pdf. Consulta: 11 de enero de 2015.

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar (2000). Comunicación - Educación: La aparición de un nuevo campo y el perfil de sus profesionales. Re-el (19 junio 2003). [En línea] Disponible en <http://www.ricardojapiassu.pro.br/ISMAR.htm>. Consultado: 18 de enero de 2013.

DICK LOU, W. (1978). Diseño Sistemático de la Instrucción. Bogotá, Colombia: Voluntad Editores.

DÍAZ R, E. (1987). Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social UCV 1946-1986. Caracas, Venezuela: Alianza Gráfica Editorial.

DORREGO, E (1986). Propuesta para la producción y Evaluación formativa de medios instruccionales. Seminario de Producción de Materiales Audiovisuales. Caracas, Venezuela: OEA-UNA-UNESR.

DORREGO, E. (1993). Dos modelos para la producción y evaluación de materiales instruccionales. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. [En línea] Disponible en: www.cursoampliacion.una.edu.ve/disenho/paginas/dorregomodelo.pdf. Consulta: 24 de julio de 2015.

DORREGO, E. (1994). Modelo para la producción y evaluación formativa de medios instruccionales, aplicado al video y al software. Portugal. [En línea] Disponible en: www.cursoampliacion.una.edu.ve/disenho/paginas/dorregomodelo.pdf. Consulta: 15 de junio de 2015.

DUNCAN, B. (1989). La alfabetización mediática. Toronto: Ministerio de Educación.

ECHENIQUE, C (1983). La aplicación de la televisión a la Enseñanza a nivel Superior. Caracas, Venezuela: Editores Mimeo.

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1970). Penum de Estudios.

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1978). Penum de estudios.

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1987). Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social.

Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela (1996). Reforma Curricular de la Escuela de Educación.

FELAFACS (1982). La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina. Quito: Editorial FELAFACS.

FERNÁNDEZ, M. (1989). El libro de texto en el desarrollo del curriculum. Barcelona, España: Cuadernos de Pedagogía N° 168.

FERRÉS, J (1992). Vídeo y educación. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

FERRÉS, J (1994). Televisión y educación. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

FERRÉS, J (1996). Televisión subliminal. Socialización y comunicaciones inadvertidas. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

- FERRÉS, J (2000). Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- FILIPPI, E (1997). Fundamentos del Periodismo. México: Editorial Trillas.
- FRANCO, D. y OROZCO, G. (1999). Al filo de las pantallas. México: Ediciones La Crujia.
- FREINET, C. (1979). Las técnicas audiovisuales. Barcelona, España: Ediciones Laia.
- FREIRE, P. (1977). Educación como práctica de libertad. México: Siglo XXI Editores.
- FREIRE, P. (1970). Pedagogía de la esperanza, un encuentro con la pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI editores.
- FUENTES, R. (1991). Diseño Curricular para las Escuelas de Comunicación. México: Editorial Trillas.
- GAGNÉ, R. (1975). Principios básicos del aprendizaje para la instrucción. México: Editorial Diana.
- GAGNÉ, R. (1979). Las condiciones del aprendizaje. México: Nueva Editorial Interamericana.
- GARCÍA MATILLA, A. (1993). Los medios para la comunicación educativa, en APARICI, R. (Coord.): La revolución de los medios audiovisuales. Madrid, España: Ediciones, La Torre.
- GARRIDO, J (1991). El significado como proceso: Connotación y referencias. Madrid. Anuario de Estudios Filosóficos [En línea] Disponible en <http://eprints.ucm.es/6330/1/garrido1979sigpro.pdf>. Consulta: 29 de marzo de 2017.
- GIMENO, J. (1986). Teorías de la enseñanza y desarrollo del currículo. Madrid, España: Editorial Anaya 2.

GIMENO, J. (1991). Los materiales y la enseñanza. Barcelona, España: Cuadernos de Pedagogía N° 197.

GIROUX, Henry (1997). Teoría y resistencia en Educación: Una pedagogía para la oposición. México: Siglo XXI Editores.

GONZÁLEZ, J. (1999). El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. México: Ediciones Cátedra.

GONZÁLEZ, S. (2009). La teoría crítica: Hacia una perspectiva socio-histórica y emancipatoria de la práctica pedagógica. Cacumen La Revista. Número 5. [En línea] Disponible en: <http://web.www3.unicordoba.edu.co/sites/default/files/cacumen%20cinco.pdf>.

Consulta: 20 de abril de 2015.

GONZALEZ REQUENA, J. (1988). El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad. Madrid: Cátedra.

GOTTLER, J. (1962). Pedagogía Sistemática. Editorial Herdet. Barcelona, España. [En línea] Disponible en <http://docs.google.com/document/d/1kvhl7yuo2.pdf>. Consulta: 20 de abril de 2015.

GREEN, M. (1973). Periodismo en TV. Buenos Aires: Editorial Troquel.

GUERRA y PARRA (2003). Impacto de la implementación del pensum del año 1987 en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social en el año 2003. Tesis de Grado. Universidad Central de Venezuela.

GUERRERO, O. (2007). Teoría Crítica y educación Matemática, en evaluación e Investigación. Número 1. Año 2. Enero-Junio.

GUTIÉRREZ, M. (1997). Manual de periodismo televisivo. México: Ediciones Trillas.

GUTIÉRREZ, P. & PRIETO, D. (1999). La Mediación pedagógica. Buenos Aires: Ciccus La Crujia Ediciones.

JENKINS, H. (2006). Convergence culture: where old and new media collide. New York. Ediciones NYU Press. [En línea] Disponible en <http://uoc.edu/uocpapers/4/dt/esp/jenkins.1.html>. Consulta: 11 de octubre de 2017.

JONASSEN, D. (2000). El diseño de entornos constructivistas de aprendizaje. Madrid: Aula XXI Santillana. [En línea] Disponible en <http://especializacion.una.edu.ve/teoriasaprendizaje/paginas/lecturas/unidades3/jonass.en.pdf>. Consulta: 20 de marzo de 2017.

HAMCLAM, N. (1994) .Métodos estadísticos en educación. Caracas, Venezuela: Ediciones de la Biblioteca UCV.

HERNANDEZ, G. (1996). La educación para los medios. Una preocupación internacional. Anuario ININCO. Número 8.

HERNANDEZ, G. (1998). Teleniños y Televiolencias. Caracas, Venezuela: Publicaciones de la Universidad Central de Venezuela..

HERNANDEZ, G. (2002). Aprender a pensar en educación para los medios. Anuario ININCO. Volumen 2. Número 14.

HERNANDEZ, G. (2003). Teoría de la educación para los medios de Mario Kaplún. Anuario ININCO. Volumen 2. Número 15.

HERNANDEZ, G. (2006). Introducción a la teoría de la educación para los medios. Anuario ININCO. Volumen 1, Número 13.

HERNANDEZ, G. (2007). Seis antenas para pensar la televisión. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela: Fundación centro Gumilla.

HERNANDEZ, G. (2008). Las tres “T” de la comunicación en Venezuela. Caracas, Venezuela: Universidad católica Andrés Bello, Serie Mapas de la Comunicación.

HERNANDEZ REQUENA, S. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. [En línea] Disponible en <http://uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/hernandez.pdf>. Consulta: 20 de abril de 2015.

HERRERA A. Actualización del diseño curricular de la Escuela de Comunicación Social. Apuntes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

HORKHEIMER, Marx (2003). Teoría tradicional y teoría crítica. Barcelona, España: Ediciones Paidós Iberica.

Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa-ILCE (2006). Hacia un modelo pedagógico del uso de la televisión educativa: Las prácticas didácticas en México con la Red Edusat. Unidad de Investigación y Modelos Educativos. [En línea] Disponible en http://edusat.ilce.edu.mx/panel_control/doc/arti3.pdf. Consulta: 20 de abril de 2015.

KAPLÚN, M. (1985). Comunicación entre grupos. Argentina:Editorial HV Manitas.

KAPLÚN, M. (1992). A la educación por la comunicación (La práctica de la comunicación educativa). Chile: UNESCO.

KAPLÚN, M. (1992). Conocer a las teleaudiencias: Una propuesta-proyecto para la investigación de los modos de recepción del público televidente. Montevideo: UNESCO.

KAPLÚN, M (1997). De medio y fines en comunicación. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Número 58. [En línea] Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/kaplun.htm>. Consulta: 17 de mayo de 2012.

KAUFMANN, M. (1996). Perfil del comunicador del futuro. Revista Comunicación. Primer Trimestre N° 93. Caracas, Venezuela.

KOENIG, A. y RUANE, H. (1979). TV educativa: presente y futuro. Buenos Aires: Ediciones Troquel.

LEMUS, L. (1969). Pedagogía, temas fundamentales. Buenos Aires, Argentina: Editorial Kapelusz.

LEWY, A (1976). Manual de evaluación formativa del currículo. Colombia, Bogotá: Editorial Voluntad.

Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.081 del 07 de diciembre de 2004.

Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes. Gaceta Oficial N° 5.859 del 10 de diciembre de 2007.

Ley Orgánica de Educación. Gaceta Oficial N° 5.929 del 15 de agosto de 2009.

LUZURIAGA, L (1960). Diccionario de Pedagogía. España: Editorial Losada.

MCLUHAN, M. (1964). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona, España: Edición Paidós.

Manual Latinoamericano en Educación para la Comunicación (1992).

MARTINS, J.C. (1995). "La televisión y vídeo». En Abrantes, J; COIMBRA, C. y FONSECA, T. (Coords). La prensa, la radio y la televisión en la escuela. Lisboa, Instituto de Innovación Educativa.

MASTERMAN, L. (1993). La Revolución de la educación audiovisual. Madrid, España: Ediciones de la Torre.

MASTERMAN, L. (1985). La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid, España: Editorial La Torre.

MARCHISIO, S. (2001). Hacia una reconceptualización de tecnología educativa. [En línea] Disponible en <http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?pid=bibliuned:104> Consulta: 24 de abril de 2010.

MARQUES, P. (2003). Introducción al lenguaje audiovisual. Facultad de Educación, UAB. [En línea] Disponible en http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf. Consulta: 24 de abril de 2015.

MARTÍNEZ de TODA, J (1998). Las Seis Dimensiones de la Educación para los Medios. Roma, Italia [En línea] Disponible en: http://www.uned.es/ntedu/español/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicación_educativa/artimartinez.htm. Consulta: 18 de abril de 2006.

MARTINEZ, E. (1997). Evaluación y acreditación universitaria. Editorial Nueva Sociedad.

MARTINEZ, J. ¿Cómo analizar los materiales? [En línea] Disponible en: www.neuquen.edu.ar/regresoreceso/materiales%20otros/martinez_banafe_como_analizar_losmateriales.pdf. Consulta: 14 de mayo de 2015.

MATELSKI, M. (1991). Ética en los informativos de televisión. Instituto Oficial de Radio Televisión (Focal Press).

MÉNDEZ, J. (2001). El papel de los materiales curriculares en la intervención educativa. Revista de Educación. N° 3. Páginas: 221-229. Universidad de Huelva, España. [En línea] Disponible en: www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/viewfile/593/898. . Consulta: 14 de mayo de 2015.

MÉNDEZ, J. (2001). Pautas y criterios para el análisis y evaluación de materiales curriculares. Universidad de Huelva, España. [En línea] Disponible en: www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/02/02articulos/monograficos/mendez.pdf. Consulta: 14 de mayo de 2015.

Ministerio de Ciencia y Tecnología (2001). Inversiones en el Sector Tecnología en Venezuela. Caracas, Venezuela. Edición CONAPRI.

MOLINA, M. (1975). Escuelas de planes de estudios y promociones 1979-1974. Caracas, Venezuela: Ediciones de la Imprenta Universitaria de la Universidad Central de Venezuela.

MOLIENHAUER (1966), BLANKERTZ (1966), LEMPERT (1971), KLAFKI (1971), HEYDONA, KONEFFKE y GAMM. Citados por CHRISTOPH, Wulf. (1985). En: Introducción a la ciencia de la educación. Entre teoría y práctica. Medellín: Universidad de Antioquia.

MORALES, L (2014). El pensamiento crítico en la teoría educativa contemporánea. Universidad de Costa Rica. Revista Actualidades Investigativas en educación. Volumen 14. Número 2. Mayo-Agosto. [En línea] Disponible en: http://revista.inie.uncr.ac.cr/uploads/tx_magazine/pensamiento-critico-teoriaeducativa-morales.pdf . Consulta: 20 de abril de 2015.

MORENO, G. (1983): Introducción a la comunicación social actual. Madrid, España: Editorial Playor.

MOSQUEDA, M. (2005). La Motivación como estrategia necesaria para el Buen Desempeño Docente en el Proceso Educativo de la Segunda Etapa de Educación Básica Aplicada a las Escuelas Nacionales del Estado Miranda. Trabajo de grado no publicado. Universidad Santa María.

OLMEDO, S. (2011). Comprender la comunicación de Antonio Pascuali. [En línea] Disponible en: http://razonypalabra.org.mx/n/n75/...75/27_olmedo_M75.pdf. Consulta: 20 de mayo de 2012.

OPSU (2010). Anuario Estadístico. Caracas, Venezuela.

OROZCO, G. (2000). La investigación de la recepción televisiva en América Latina. Anuario ININCO. Volumen 01. Número 11, Caracas, Venezuela.

OROZCO, G. (2001). Televisión, Audiencias y Educación. Colombia: Grupo Editorial Norma.

OROZCO, G (2001). Reformas educativas: mitos y realidades. Artículo: Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones. Revista Iberoamericana. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Número 27. [En línea] Disponible en: <http://www.rieoei.org/rie27a07.htm>. Consulta: 17 de mayo de 2012.

OROZCO, G. y FRANCO, D. (1999). Al filo de las Pantallas. México: La Crujia Ediciones.

O'SUVILLAN, H (1995). Conceptos claves en comunicación y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

PAUL, R y Elder, L. (2003). La mini-guía para el pensamiento crítico. Conceptos y herramientas. Fundación para el pensamiento crítico. [En línea] Disponible en: <http://www.criticalthinking.org/resources/pdf/spconceptsandtools.pdf>. Consulta: 14 de noviembre de 2014.

PARCERISA, A. (1996). Materiales curriculares. Cómo elaborarlos, seleccionarlos y usarlos. Barcelona: Graó ediciones.

PARDINAS, F. (1999). Metodología y Técnica de Investigación en ciencias Sociales. México. Ediciones Siglo Veintiuno Editores.

PARRA ALVARRACIN, Germán (2000). Bases epistemológicas de la educomunicación: definiciones y perspectivas de desarrollo. Quito: Ediciones ABYAYALA.

PASCUALI, A. (1980). Comunicación y cultura de masas. Caracas, Venezuela: Editorial Monte Ávila.

PASCUALI, A. (1985). Comprender la comunicación. Caracas, Venezuela: Editorial Monte Ávila.

PASCUALI, A. (1997). La dimensión moral del comunicar. Anuario ININCO. Número 8. Caracas, Venezuela.

PASTORIZA, F. (1997). Perversiones televisivas: una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales. Instituto Oficial de radio televisión (Manuales Profesionales).

PAUL, R. & ELDER, L. (2003). La mini guía para el pensamiento crítico, conceptos y herramientas. Fundación para el pensamiento crítico. [En línea] Disponible en <http://criticalthinking.org>. Consulta: 31 de marzo de 2017.

Perfil de nuestra Escuela de Comunicación Social (1987). Caracas, Venezuela: Fundación Polar.

PETROSELLI, E. (2004). Apuntes sobre el concepto de mercancía aplicado a la industria televisiva. Comunicación, Cultura y Sociedad de la Información. Caracas, Venezuela: Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

PÉREZ TORNERO, J. (1994). El desafío educativo de la televisión. Madrid, España: Ediciones Paidós.

PINTO, M. (1988). Educar para la comunicación. Lisboa. Estudios del Ministerio de Educación de Portugal.

PISCITELLI, A. (1998). Post/televisión: ecología de los medios en la era de internet. Argentina: Editorial Paidós.

POLO, E. (1995). Locución y presentación Televisiva. Instituto Oficial de Radio Televisión (Unidad Didáctica 149).

POPHAM, J. (1975). Problemas y técnicas de la evaluación educativa. Madrid: Editorial Anaya 2.

PORTÓ, D. (2012). Periodismo, redes sociales y transmediación. Razón y Palabra. Primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación. Número 78. Noviembre 2011- Enero 2012. [En línea] Disponible en http://razonypalabra.org.mx/varios/n78/1a%20pane/12_porto_v78.pdf. Consulta: 11 de octubre de 2017.

QUIJADA, M. (1986). La televisión. Análisis y práctica de la producción de programas. México: Editorial Trillas.

QUIN, R. (1995). Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: La enseñanza de los temas de representación de estereotipos. Recopilación del texto La revolución de los medios audiovisuales. Madrid: Editorial La Torre.

QUIROZ, T (1993). Todas las voces. Comunicación y educación en Perú. Peru: Universidad de Lima.

RABIGER, M. (1993). Dirección de cine y video: técnica y estética. Instituto Oficial de Radio Televisión (manuales profesionales).

RAMIREZ, T. (1999). Cómo hacer un proyecto de investigación. Caracas, Venezuela: Editorial Panafo.

RAMOS, P. (2000). Tres décadas de educomunicación en América Latina. Caminos desde el Plan DENI. [En línea] Disponible en: <http://signisalc.org/sites/default/files/tres-decadas-de-educomunicación-en-america-latina-caminos-desde-el-plan-deni.pdf>. Consulta: 18 abril de 2015.

REIGELUTH, C. (2000). Diseño de la instrucción. Teorías y modelos: Un nuevo paradigma de la teoría de la instrucción. Madrid, España. Aula XXI, Santillana editores. [En línea] Disponible en: www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/sadpro/documentos/docencia_vol3_n1_2002/9_reseña_2_Charles_Reigeluth.pdf. Consulta: 22 abril de 2015.

REYZÁBEL, V. (2002). La Didáctica de la lengua y la literatura. Enciclopedia de pedagogía. Universidad Camilo José Cela. Barcelona, Es: Ediciones Espasa.

RODA, F. y BELTRÁN, R. (1988). Información y comunicación. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

RODRIGUEZ, F. (2003). Cultura y televisión. Una relación de conflicto. Madrid. España: Editorial Gedisa.

ROGLÁN, M. (1996). Televisión y lenguaje. España: Ediciones Ariel Comunicación.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R, FERNÁNDEZ COLLADO, C Y BAPTISTA LUCIO, P (2003). Metodología de la Investigación. México: Tercera edición Mac Graw Hill Interamericana.

SAN MARTÍN, A. (1986): Los recursos audiovisuales en el pensamiento pedagógico del profesor. Valencia, España: Ediciones Nau Llibres.

SANTORO, E. (1976). La televisión y la formación de estereotipos en el niño. Caracas: Ediciones de la Biblioteca Universidad Central.

- SANTOS, M. (1991). ¿Cómo evaluar los materiales? Barcelona, España: Cuadernos de Pedagogía N° 194.
- SANTROCK, J. (2006). Psicología de la educación. Madrid: McGraw-Hill Iberoamericana de España.
- SARMIENTO, S. (1993). La televisión en la escuela. A propósito de las teorías de la comunicación y los programas de educación a los medios de comunicación. Argentina: Mendoza.
- SAUSSURE, F. (1995). Curso de lingüística general. Madrid: Ediciones Akal.
- SAPERAS, E. (1985). La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos. España: Editorial Ariel.
- SCOLARI, C. (2008). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Ediciones Gedisa. [En línea] Disponible en <http://ipermediaciones/carlos/scolari/cap1.pdf>. Consulta: 11 de octubre de 2017.
- SEIJAS, F. (1993). Investigación por muestreo. Caracas, Venezuela: Ediciones Faces UCV.
- SILVERSTONE, R. (2004). ¿Por qué estudiar los medios? Buenos Aires, Argentina: Editores Amorrortu.
- SOLER, L. (1998): La televisión: una metodología para su aprendizaje. Barcelona, España: Ediciones Gustavo Gili.
- TYNER, K (1996). “Conceptos claves de los medios audiovisuales”. En: La Revolución de los medios audiovisuales. Madrid: Ediciones la Torres.
- TREVINO, R. (2000). Publicidad. Comunicación integral marketing. México: Ediciones Mac Graw Hill.

UNESCO (1982). Declaración sobre Educación de los Medios. [En línea] Disponible en: http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_S.PDF. Consulta: 19 abril de 2012.

UNESCO (1996). Conferencia Mundial de Educación para Todos. Declaración Jomtien. ONU.

Universidad Central de Venezuela (2002). Proyecto de Especialización para el uso creativo de la televisión. Caracas, Venezuela: Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco).

Universidad de Antioquia (1993). Educación y pedagogía 8 y 9. Colombia: Facultad de Humanidades.

Vásquez, J. (2002). Historia de la educación. Enciclopedia de Pedagogía. Universidad Camilo José Cela. España: Ediciones Espasa.

ZABALA, A. (1995). La práctica educativa. Cómo enseñar. Barcelona, España: Graó Ediciones.

Apéndices

APENDICE N° 1

Instrumento Revisión de Programas de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

Proyecto de Investigación: Análisis de la pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela.

Objetivo: Identificar aspectos vinculados sobre las diferentes dimensiones de la educación para los medios en el campo televisivo en los programas de formación de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Universo de estudio: Programas de estudios de las Escuelas de Comunicación Social y de Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Muestra: La selección de los programas fue realizada a partir de la revisión de todos los objetivos de los diferentes departamentos y componentes de los programas de estudios de las Escuelas antes mencionadas, escogiendo aquellos vinculados al área audiovisual y a las ciencias de la comunicación porque los contenidos a ser tratados están relacionados al tema investigado en el presente trabajo de grado. De esta manera, la muestra de estudio a la cual se le aplicó el presente instrumento estará conformada por los siguientes programas:

a) Escuela de Comunicación Social:

- *Departamento de Ciencias de la Comunicación:* Las asignaturas dictadas son las siguientes: Psicología de la Comunicación, Teoría de la Comunicación, Sociopolítica de la Comunicación, Teoría de la Opinión Pública I, Teoría de la Opinión Pública II, Filosofía de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Ética y Legislación de Medios de Comunicación, Seminarios y/o materia optativas (Psicología y Cine, Comunicación y liderazgo, Comunicación para mejorar la calidad de vida, Diferencia

vs. Consenso en la Programática Comunicativa, Comunicación y Desarrollo, Comunicación y Drogas).

- Departamento de Comunicación Visual. El departamento está estructurado en dos cátedras principales: Teoría y diseño de la comunicación visual y Comunicación y Diseño Gráfico. Entre las asignaturas dictadas en el departamento se encuentran: Lenguaje y Comunicación Visual, Producción de Proyectos Visuales, Investigación de los Problemas de la Comunicación, Artes Gráficas y Comunicación, Diagramación Especializada, Gerencia de Producción Editorial, seminarios y materias optativas (Edición de diarios, Edición de revistas, Tipografía y color, Infografía en la prensa Contemporánea, Identidad e Imagen Urbana, Estética y Comunicación, Tesis en Comunicación Urbana).

- *Departamento de Audiovisuales*. Las cátedras que conforman al departamento son las siguientes: Fotografía, cine, radio y televisión, y las asignaturas: Fotografía I; Radio I y II; Cine I, Televisión I, Seminarios y materias optativas (Fotografía II, Radio III, Televisión II y Taller de televisión, Cine II y Cine III).

- *Departamento de Publicidad y Relaciones Públicas*. Entre las asignaturas que conforman al departamento se encuentran: Relaciones Públicas I, Relaciones Públicas II, Publicidad, Seminarios y materias optativas (Gerencia, Diseño de Organización, visualización y redacción publicitaria, análisis crítico de la publicidad, mercadotecnia, investigación de mercado).

b) Escuela de Educación:

- Componente de Formación General. Las asignaturas que serán estudiadas en este componente son las siguientes: Pensamiento, lenguaje y comunicación, informática y educación.

-Componente de Formación Pedagógica. Las materias que integran este componente son los siguientes: Psicología educativa, sociología de la educación, historias de las ideas pedagógicas en Venezuela y teorías pedagógicas contemporáneas.

- Componente de Formación Especializada. Entre las asignaturas que forman parte de este componentes se encuentran:

a) Mención educación preescolar y primera etapa de educación básica: Artes plásticas, Expresión Verbal y Literaria, Expresión Psicomotriz y Musical.

b) Mención desarrollo de recursos humanos: Sistemas de Información, Comunicación Organizacional, Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales.

c) Mención diseño y gestión de proyectos educativos: Sistemas de Información.

- *Estudios universitarios supervisados*: Introducción a las Ciencias Sociales, Técnicas de Documentación e Información, Psicopedagogía, Teorías Pedagógicas Contemporáneas y Relaciones Interpersonales (electiva).

Fecha de recolección de la muestra: Período febrero-Agosto 2012.

Diseño del Instrumento:

Instrumento para la revisión de los programas de formación de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

Variables	Indicadores
De los objetivos	<p>1.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto alfabetizado en el lenguaje audiovisual y en su significado?</p> <p>2.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto consciente de la concepción de la existencia de audiencias pasivas frente a los mensajes de la televisión?</p> <p>3.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto activo para la interpretación de los mensajes televisivos?</p>

	<p>4.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto social para el uso de la televisión en la comunidad?</p> <p>5.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto para la lectura crítica de los mensajes televisivos?</p> <p>6.- ¿Los objetivos del programa de estudio tienen como propósito formar a un sujeto creativo para construir y reconstruir mensajes televisivos?</p>
<p>De los contenidos</p>	<p><i>El sujeto alfabetizado</i></p> <p>El sujeto alfabetizado es aquel que está entrenado en el lenguaje audiovisual y en su significado. Al respecto,</p> <p>1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio contemplan los elementos del lenguaje audiovisual y su significado?</p> <p><i>El sujeto consciente</i></p> <p>El sujeto consciente sabe cómo funciona el medio televisivo y el papel de la audiencia. Al respecto,</p> <p>1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio contemplan cómo funcionan los medios, cómo son los procesos de producción en la industria de los medios, sus efectos psicológicos, usos y gratificaciones?</p> <p><i>El sujeto activo</i></p> <p>El sujeto activo es aquel que está formado para la recepción e interpretación de los mensajes mediáticos. Al respecto,</p>

	<p>1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio contemplan herramientas para el análisis discursivo de los mensajes televisivos, partiendo de su propia identidad y de su contexto social?</p> <p><i>El sujeto social</i></p> <p>El sujeto social es aquel que sabe que confluyen diversas mediaciones sociales, donde la televisión posee un protagonismo. Al respecto,</p> <p>1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio contemplan el papel de las mediaciones sociales donde se ve involucrado el medio televisivo?</p> <p><i>El sujeto crítico</i></p> <p>El sujeto crítico es aquel que está formado para cuestionar los mensajes televisivos, cuando presentan elementos que no están de acuerdo ni con los valores propios ni con informaciones recibidas de otras fuentes. Al respecto,</p> <p>1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio contemplan elementos para construir y reconstruir los mensajes televisivos, para resistir las distorsiones ideológicas y la hegemonía haciéndolas explícitas y visibles?</p> <p><i>El sujeto creativo</i></p> <p>El sujeto creativo es aquel que sabe construir una resignificación de los mensajes televisivos. Al respecto,</p>
--	---

	1.- ¿Los contenidos impartidos en el programa de estudio estimulan la elaboración de nuevas propuestas de contenidos necesarios en el medio televisivo?
Aspectos metodológicos	¿Las actividades pedagógicas son manejadas bajo la visión del aprendizaje significativo y constructivista?
Fuentes recomendados	¿Las fuentes recomendadas en el programa de estudio están vinculadas a educomunicación televisiva?

Este instrumento fue revisado por Dra. Ruth Díaz Bello (UCV)

La ficha de registro de los programas de las Escuelas de Educación y Comunicación Social fue la siguiente:

Registro de Programas de las Escuela de la Universidad Central de Venezuela					
Componente, cátedra o departamento					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios

Resultados del Registro de programas de la Escuela
de Comunicación Social
de la Universidad Central de Venezuela

APENDICE N° 2. Programa Psicología de la Comunicación

Apéndice N° 2. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Psicología de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Psicología de la Comunicación (Obligatoria)	<p>Los objetivos de esta asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar cómo la percepción, la efectividad y el aprendizaje construyen nuestra visión del mundo. 2. Identificar los esquemas psicológicos que favorecen o impiden el proceso de comunicación. 3. Aplicar los conceptos y procesos estudiados al análisis de la realidad y con ello demostrar cómo los procesos estudiados están presentes en todos los actos de la vida cotidiana. 4. Reflexionar sobre la responsabilidad social del comunicador, bajo el supuesto de que sus acciones producen impacto en los receptores. 	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>Unidad I: Los humanos somos seres biopsicosociales. Gracias al legado biológico y cultural, aprendemos a comunicarnos.</p> <p>Tema 1: Seres humanos en relación. Diferentes visiones, nuevos paradigmas.</p> <p>Tema 2: Socialización y comunicación</p> <p>Unidad II: Los humanos procesando información. A través de la percepción, el pensamiento y la efectividad se produce la Comunicación humana.</p>	<p>A pesar de ser concebido como un curso magistral, que tendrá como actividad central la charla del profesor, se estimulará y apreciará la participación de los estudiantes.</p> <p>Durante el Curso se realizarán dos evaluaciones parciales como mínimo, siendo imprescindible aprobar, al menos una para tener derecho al examen final.</p> <p>La modalidad de evaluación del curso es integral, siendo necesario aprobar todas las evaluaciones parciales</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La lógica epistémico de la invención de la realidad. 2. La Comunicación Humana. 3. Acción e ideología. 4. Aprendizaje a través de los medios. 5. Claves para la Lingüística. 6. Teoría y Práctica de la Comunicación Humana. 7. El proceso psicológico de la información: La 	<p>En la asignatura se estudia desde el aspecto psicológico los procesos de la comunicación y la información humana. Su propósito está dirigido a que los futuros profesionales de la comunicación comprendan aspectos psicológicos que son vitales en el diseño de los procesos comunicativos. De esta manera, al entender los procesos de socialización, pensamiento, percepción y afectividad de la comunicación humana se puede entender el papel de los medios de comunicación en la cotidianidad de las personas.</p> <p>Es por ello, que los temas dictados están vinculados a los enfoques teóricos del sujeto consciente, donde se estudian teorías vinculadas a la comprensión de la comunicación y la visión del ser humano que se desenvuelve en una sociedad mediatizada, en la cual está influenciado por los posibles</p>

		<p>Tema 3: Percepción, pensamiento y afectividad.</p> <p>Tema 4: La Comunicación verbal y no verbal como constructoras de nuestra visión del mundo.</p> <p>Unidad III: Los humanos somos seres complejos y cambiantes.</p> <p>Tema 5: Grupos con historia. Percepción de las personas y de los grupos: Las creencias, los estereotipos y prejuicios como facilitadores o inhibidores de la comunicación.</p> <p>Tema 6: Los procesos de influencia. El cambio en nuestras percepciones de la realidad.</p>	para aprobar el curso en examen final.	<p>selección, el procesamiento y la respuesta.</p> <p>8. Teoría y Práctica de la Comunicación Humana.</p> <p>9. Psicología Social.</p>	<p>efectos de los medios. De esta manera, se estudian teorías sobre efectos y gratificaciones de los medios y la teoría del funcionalismo de la comunicación.</p> <p>Se identifican temas de estudios vinculados a la percepción y afectividad del ser humano, donde la comunicación y los medios están presentes. Otros tópicos de interés identificados que también son abordados en la educación para los medios son: las creencias, los estereotipos y prejuicios.</p>
--	--	---	--	--	--

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Psicología de la Comunicación.

APENDICE N° 3. Teoría de la Comunicación

Apéndice N° 3. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teorías de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Teoría de la Comunicación (Obligatoria)	El principal objetivo de esta asignatura obligatoria es dotar al estudiante de una visión global sobre el problema de la comunicación y la información como ciencia y/o área interdisciplinaria.	Los temas desarrollados en este programa son los siguientes: 1.- El proceso de la comunicación. 2.-La relación hombre/Comunicación /Sociedad. 3.-De la sociedad Tradicional a la Sociedad de Masas. 4.-Bosquejo histórico del estudio de la Comunicación. 5.- La Escuela Francesa. La semiología. 6.-La Escuela de Frankfurt o Escuela de la Teoría Crítica. 7.- Los planteamientos críticos de la teoría de la comunicación. 8.-Informática y Telemática. 9.-La comunicación como modelo aplicable al análisis y ejecución de proyectos de cambio Social y desarrollo económico-social.	Las estrategias planificadas para impartir los contenidos del programa están basadas en clases magistrales, dos exámenes parciales, un examen final y trabajos de grupo.	Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes: 1.-La comunicación humana y su proceso. 2.-La Incomunicación y el Humanismo imposible. 3.-La comunicación de masas. 4.- Industria cultural y sociedad de masas. 5.- Sociología de la comunicación de masas. 6.-Símbolo, comunicación y consumo. 7.-Historia y crítica de la opinión pública.	En la asignatura se evidencia el desarrollo de contenidos relacionados al proceso de la comunicación y los elementos que la conforman. Asimismo, se identificaron temas en la asignatura vinculados directamente con la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. De esta manera, el estudiante estará documentado sobre los productos culturales de consumo, la ideología dominante que presentan los medios y la alienación. La teoría crítica cultural también está presente en el programa, al desarrollar la vertiente estructuralista donde se estudian las ideologías falsas escondidas a

		<p>10.- La teoría de la comunicación y la información en Simón Rodríguez y Andrés Bello. La relación Comunicación-Educación.</p>		<p>8.- La escuela de Frankfort. 9.- La comunicación crítica. 10.- Comunicación y educación. 11.-Mercaderes de la comunicación. 12.-Teoría de la comunicación social.</p>	<p>través del lenguaje utilizado en los medios (Semiótica - Semiología). Sin embargo, no se evidencian estrategias dirigidas al análisis de mensajes mediáticos, al parecer el desarrollo de estos contenidos es una aproximación teórica.</p> <p>También se realiza una valoración de la comunicación para el desarrollo y análisis de proyectos de cambio social y económico. Además, de la relación de la comunicación y la educación.</p>
--	--	--	--	--	---

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Teoría de la Comunicación

APENDICE N° 4. Sociología de la Comunicación

Apéndice N° 4. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teorías de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Sociopolítica de la Comunicación (Obligatoria)	Como objetivo terminal, el curso de sociopolítica de la comunicación se plantea dotar al futuro profesional de la comunicación de un instrumental teórico que le permita acercarse frente a las diversas maneras de reflexionar el problema de la comunicación-cultura.	Los contenidos a ser desarrollados en la asignatura son los siguientes: 1.- Interrelaciones entre sociedad y comunicación: Sociología de la comunicación en masas, estructura social, el cambio social y la comunicación colectiva. 2.- Los paradigmas epistemológicos de la reflexión en comunicación: Epistemología y comunicación, paradigmas de análisis. Teoría Crítica: Escuela de Frankfurt, industrias de la conciencia, aparatos ideológicos del estado, dependencias culturales, teoría de la acción comunicativa, espacios de recuperación y semióticas estructuralistas. 3.- La comunicación desde las prácticas sociales: La comunicación entre la modernidad y la posmodernidad, la comunicación desde la cultura y signos	El profesor es autónomo para establecer la metodología que más crea conveniente para el curso. Sin embargo, el programa sugiere las siguientes estrategias: clases magistrales, lecturas dirigidas, presencia de panelistas invitados y discusiones grupales a partir de la exposición de una película o video. La evaluación de la asignatura es planteada a través de dos parciales y una evaluación final a partir de un trabajo de investigación en equipo.	Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes: 1.- La sociedad post-industrial. 2.- Cultura y comunicación. 3.- Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 4.- Sociología e la comunicación de masas. 5.- La mediación social. 6.- Procesos de comunicación y matrices de cultura. 7.- Retos de la investigación e la comunicación en América.	En esta asignatura, el futuro profesional continúa su preparación con la dotación de herramientas sociológicas que le sirvan para interpelar el desarrollo de la comunicación colectiva o de masas junto al desarrollo de la sociedad. Entre los contenidos contemplados en la asignatura se identifican temas vinculados a la teoría crítica, a través de los paradigmas para la reflexión de la comunicación. En esta unidad se estudian los fundamentos de la Escuela de Frankfurt frente a los efectos sociales que provocan los medios de comunicación. Asimismo, se realizan discusiones sobre los aparatos ideológicos del estado y la dependencia cultural frente a los medios. En relación a los signos

		temáticos de reflexión nueva: sociología de lo vivido, paradigma de la recepción activa, políticas culturales y el campo de las mediaciones.		8.- El arte en la era de los medios de comunicación. 9.- El arte en la época de su reproducción mecánica.	temáticos de reflexiones nuevas, se desarrolla una visión desde el usuario con un paradigma de la recepción activa. Sin embargo, no se profundiza en el tema en las estrategias pedagógicas y en las fuentes recomendadas.
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Sociopolítica de la Comunicación

APENDICE N° 5. Teoría de la Opinión Pública

Apéndice N° 5. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teorías de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Teoría de la Opinión Pública (Obligatoria)</p>	<p>1.- Manejar las bases de la formación de las opiniones. 2.- Discutir los conceptos de opinión pública y espacios públicos y sus conceptos relacionados. 3.- Conocer los problemas asociados con la noción de la opinión pública y el gobierno de la sociedad. 4.- Estudiar los mecanismos del rumor y las maneras de enfrentarlo. 5.- Conocer las principales teorías sobre los efectos de los medios en la opinión pública. 6.- Manejar los conceptos relacionados con el liderazgo y discutirlos en el contexto de la situación nacional e internacional. 7.- Suministrar una base para el diseño de investigación de opinión pública, con énfasis en el cuestionario. 8.- Discutir los problemas que plantean las encuestas de opinión pública.</p>	<p>Los contenidos presentes en el programa son los siguientes:</p> <p>1.- El fenómeno de la opinión pública: Las aptitudes y las opiniones, definiciones de opinión pública y estados posibles, problemas asociados a la noción de opinión pública.</p> <p>2.- Factores que condicionan la opinión pública: el rumor, el liderazgo y los efectos de los medios de comunicación social sobre la opinión pública.</p> <p>3.- La medición de la opinión pública: Evolución de las encuestas y problemas que plantean las encuestas.</p>	<p>El desarrollo del curso se realiza a través de la exposición del profesor de los contenidos programáticos, lecturas bibliográficas y la aplicación de conceptos a diferentes realidades.</p> <p>La evaluación de los diferentes contenidos de la asignatura se realizará a través de pruebas escritas.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <p>1.- Fundamentos para el estudio de la opinión pública. 2.- El periodista en el espacio público. 3.- Opinión Pública y medios de difusión. 4.- Historia y crítica de la opinión pública. 5.- Los rumores en Venezuela. 6.- Psicología del rumor. 7.- La investigación de la comunicación. 8.- Análisis político empírico. 9.- Encuestas en la sociedad de masas. 10.- Diseño y análisis de encuestas sociales.</p>	<p>En la asignatura no se identifican contenidos vinculados a las teorías del sujeto crítico o lectura crítica.</p> <p>Sin embargo, se valora que el profesional de la comunicación social necesariamente deberá profundizar en el conocimiento, análisis y medición de la opinión pública, como persona que de manera muy directa se vinculará con la problemática planteada, bien para informar, para orientar o para registrar dichas opiniones.</p> <p>De esta manera, se asume la importancia de la opinión (juicios) pública, del ciudadano de calle, sobre diferentes temas que los medios de comunicación ubican como puntos de interés para la sociedad, a través, de la implantación de la ideología dominante. Es decir, se incentiva al futuro profesional a estudiar los pensamientos y conductas de las</p>

				<p>11.- El marketing político y social.</p> <p>12.- La manipulación de los medios.</p>	<p>audiencias para obtener una retroalimentación de un tema determinado.</p>
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Teoría de la Opinión Pública.

APENDICE N° 6. Filosofía de la Comunicación

Apéndice N° 6. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teoría de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Filosofía de la Comunicación (Obligatoria)	<p>El objetivo general de la asignatura está dirigido a estudiar las perspectivas filosóficas sobre el sentido y problemática de la comunicación.</p> <p>Entre los objetivos específicos del curso se encuentran:</p> <p>1.- Identificar los argumentos sobre la comunicación que han aparecido en la filosofía.</p> <p>2.- Mostrar como la comunicación ha sido tema de reflexión dentro de la filosofía.</p> <p>3.-Presentar los efectos del materialismo cultural comunicacional.</p> <p>4.- Contrastar las distintas posturas filosóficas al abordar problemáticas semejantes dentro del circuito reflexivo de la filosofía.</p> <p>5.- Presentar la evolución y el tema de la comunicación como campo filosófico.</p>	<p>1.- El mundo griego. Una vez más: Platón y Aristóteles.</p> <p>2.- Hobbes y el lenguaje.</p> <p>3.- Rousseau y el origen del lenguaje en la música.</p> <p>4.-Hume. Libertad de expresión, elocuencia y percepción.</p> <p>5.- De la comunicación en Kant.</p> <p>6.-Hegel y el lenguaje del desgarramiento.</p> <p>7.-Otras experiencias conceptuales.</p> <p>8.-Walter Benjamín y la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica.</p> <p>9.-Marshal McLuhan, <i>explorador</i> de los <i>mass media</i>.</p> <p>10.-Habermas y su teoría de la acción comunicativa.</p> <p>11.-Pierre Bourdieu: el asalto al colonialismo del lenguaje.</p> <p>12.- Paul Virilio o el reverso del <i>cibermundo</i>.</p> <p>13.- Lo que queda. Por una filosofía crítica de la comunicación.</p>	<p>Las estrategias didácticas para cumplir los objetivos planteados en el programa son las siguientes:</p> <p>1.- Clases magistrales del profesor.</p> <p>2.- Exposiciones grupales.</p> <p>3.-Trabajos finales.</p> <p>4.-Asistencias y participación de los estudiantes en clases.</p>	<p>La bibliografía recomendada esta dirigida a los siguientes temas:</p> <p>1.- La Retórica de Aristóteles.</p> <p>2.-Platón: Lón o sobre la "Iliada".</p> <p>3.-Rousseau: Ensayo sobre el origen de las lenguas.</p> <p>4.-La libertad de Expresión.</p> <p>5.-KANT: Crítica de la facultad de juzgar,</p> <p>6.-HEGEL: Fenomenología del Espíritu.</p> <p>7.-BENJAMÍN: Discursos ininterrumpidos</p> <p>8.- McLuhan: La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.</p> <p>9.-HABERMAS: Teoría de la acción comunicativa.</p> <p>10.- BOURDIEU: Sobre la televisión. Anagrama.</p>	<p>El curso de Filosofía de la Comunicación pretende mostrar los diferentes aportes e intereses del pensamiento filosóficos que han surgido a lo largo de la evolución de la cultura occidental en relación con la temática de la comunicación.</p> <p>Los contenidos de la asignatura permiten contribuir con el sujeto consciente a través de las diferentes posturas teóricas de la comunicación desde la disciplina de la filosofía.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Filosofía de la Comunicación.

APENDICE N°7. Psicología y Cine

Apéndice N° 7. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teoría de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Psicología y cine (Electiva)	<p>1.-Ver críticamente algunas piezas cinematográficas.</p> <p>2.- Aproximación a los análisis psicológicos de los personajes, a través de cómo estos son contruidos, relacionados y evolucionan.</p> <p>3.-Ubicar los personajes y tesis del autor en el contexto sociocultural en el que se exponen.</p> <p>4.-Lograr que los estudiantes sean capaz de construir los personajes de una historia de su propia creación.</p>	<p>Los contenidos del programa están dirigidos a desarrollar temas relacionados a:</p> <p>1.-Vinculaciones entre psicología, cine y personajes.</p> <p>2.-El análisis del film desde la perspectiva psicológica.</p> <p>3.-Los aportes del cine en la creación del imaginario sociocultural sobre los comportamientos de acuerdo a conceptos orientadores como estereotipos, valores y relaciones sociales.</p>	<p>1.- Lectura y exposiciones sobre los temas teóricos fundamentales.</p> <p>2.- Exposición de una serie de piezas cinematográficas y discusión desde la perspectiva de la psicología de los personajes.</p> <p>3.-Presentación por escrito de una reacción crítica sobre el film.</p> <p>4.- Elaborar una propuesta de guión personal con desarrollo de personajes</p>	<p>En el programa no se recomienda una bibliografía, se sugiere visitar un espacio electrónico.</p>	<p>Esta asignatura presenta como objetivo general incentivar a los estudiantes a una visión crítica del cine a través de aspectos psicológicos, tales como, conductas, valores y estereotipos.</p> <p>El seminario ofrece un espacio para ver críticamente unas cuantas piezas cinematográficas para analizar las psicologías de los personajes, cómo ellas se tejen en la trama y estudiar la construcción y evolución de estos. Así el curso se aproxima al análisis psicológico de los personajes para ubicar la tesis del autor en el contexto sociocultural creado. De esta manera, se identifican las ideologías reflejadas en los personajes, la manipulación de la opinión pública a través de estereotipos, conductas y valores, entre otros.</p> <p>Se estimula la participación activa de los estudiantes dirigida a que construyan los personajes de una historia de su propia creación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Psicología y Cine.

APENDICE N°8. Seminario Comunicación y Liderazgo

Apéndice N° 8. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teoría de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Seminario Comunicación y liderazgo (Electiva)	<p>El objetivo general del curso está dirigido a: Explorar las dimensiones del nuevo liderazgo y las teorías destinadas a facilitar la comprensión de las tendencias actuales en torno la democracia comunicativa y sus dimensiones en mundo contemporáneo.</p> <p>Entre los objetivos específicos de la asignatura se encuentran:</p> <p>1.-Explorar las opciones de la comunicación unidimensional, bidimensional y tridimensional.</p> <p>2.- Comprender la aproximación hacia una práctica comunicacional a través de nuestras propias acciones.</p> <p>3.- Analizar a través de las experiencias de los participantes del seminario las relaciones interpersonales.</p> <p>4.- Manejar de nuestras escalas de valores personales en sus proyecciones sociales a través de los medios de comunicación.</p>	<p>Los contenidos están dirigidos a desarrollar los siguientes temas:</p> <p>1.- Teorías del liderazgo.</p> <p>2.- Manejo de las definiciones de grupos y sociedades.</p> <p>3.-Las emociones, los sentimientos y la acción comunicativa.</p> <p>4.-Los lenguajes verbales y no verbales.</p> <p>5.-Los medios electrónicos como nuevos ambientes.</p> <p>6.- Las nuevas perspectivas del pensamientos</p>	<p>El programa no presenta estrategias y actividades.</p>	<p>El programa no presenta fuentes recomendadas.</p>	<p>El seminario ofrece a los estudiantes conocimientos teóricos sobre las tenencias del liderazgo en relación a la democracia comunicativa. No se identifican aspectos vinculados a la lectura crítica. Sin embargo, brinda a los estudiantes herramientas sobre como dirigir aspectos comunicativos en los procesos de liderazgo y dirección del ejercicio de la profesión.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Comunicación y Liderazgo

APENDICE N°9. Instrumentos de Comunicación para mejorar la calidad de vida

Apéndice N° 9. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación Cátedra: Teoría de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Instrumentos de Comunicación para mejorar la calidad de vida. (Electiva)	La asignatura trata de enseñar la utilización de herramientas comunicacionales que cubren dos propósitos: 1.- Contribuir con el crecimiento profesional de los futuros egresados. 2.-Brindar una perspectiva novedosa a partir de procesos comunicacionales combinándolas e integrándolas con elementos de las corrientes humanistas y espirituales que contribuyen a desbloquear concepciones ancladas en paradigmas cerrados y obsoletos, en la búsqueda de lograr el crecimiento como personas y profesionales abriendo la mente y el corazón.	Los temas a desarrollar son los siguientes: 1.-La comunicación no verbal. 2.-La única verdad. 3.-El análisis transaccional. 4.-La simbiosis biológica. 5.-La comunicación vs. la incomunicación. 6.-El proceso de comunicación como proceso terapéutico. 7.-El niño interno. 8.-El perdón. 9.-El crecimiento personal.	Sesiones de aspectos teóricos y prácticos de teorías, criterios y/o conceptos de los contenidos planteados en la signatura. Acompañados de ejercicios vivenciales de los estudiantes. La evaluación del curso consiste en la elaboración de una memoria del seminario de forma de diario personal en donde el alumno detalla las situaciones vividas de los nuevos aprendizajes adquiridos.	La bibliografía recomendada esta dirigida a los siguientes temas: 1.-Juegos en los que participamos. 2.-Hacer el Amor. 3.-La incomunicación. 4.-Perdonar. 5.-Percepción Interpersonal. 6.-En contacto íntimo. 7.-Relaciones Humanas en el Núcleo familiar 8.-Relaciones con amor I - II 9.-Volver al amor.	Este seminario tiene el objetivo de presentar las posibilidades de la comunicación interpersonal a través de ejercicios, testimonios, textos, discusiones y polémicas, con la intención de enseñar al estudiante a saber comunicar. Sin embargo, no se desarrollan aspectos vinculados a la educación para los medios de los mensajes transmitidos a través de los medios. .

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Instrumentos de Comunicación para mejorar la calidad de vida.

APENDICE N° 10. Diferencia Vs. Consenso en la Pragmática Comunicativa.

Apéndice N° 10. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Teoría de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Diferencia Vs. Consenso en la Pragmática Comunicativa. (Electiva)	<p>1.-Comprender y explicar el proceso de la enunciación como unidad de análisis fundamental en el estudio pragmático de la comunicación humana.</p> <p>2.- Comprender y explicar los diferentes tipos de variación sociolingüística (Diatrática, diatópica, diatípica y registros) y su impacto en la pragmática comunicativa.</p> <p>3.-Comprender y explicar las condiciones necesarias que deben satisfacerse para la realización exitosa de los Actos del Habla en la interacción comunicativa.</p> <p>4.-Comprender y explicar las tesis fundamentales de los teóricos defensores del consenso en la Acción Comunicativa.</p> <p>5.-Comprender y explicar las tesis fundamentales de los teóricos defensores del disenso en la pragmática comunicativa.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.-Introducción a los componentes pragmáticos de la comunicación humana.</p> <p>2.- La argumentación como vía para alcanzar el consenso o como vía para la afirmación de las diferencias.</p> <p>3.- Teoría de la acción comunicativa, conversación hermenéutica y consenso. Primera alternativa al dilema.</p> <p>4.- Conflicto sociocultural, variación sociolingüística diferencia. Segunda alternativa al dilema.</p>	<p>La evaluación de la asignatura está planificada a través de la asistencia, participación y elaboración de ensayos reflexivos.</p>	<p>La bibliografía recomendada está dirigida a los siguientes temas:</p> <p>1.- Introducción a la teoría de la comunicación.</p> <p>2.-El proceso de la comunicación.</p> <p>3.-La nueva comunicación.</p> <p>4.-Las cosas del decir.</p> <p>5-Investigaciones retóricas.</p> <p>6.-Retórica y argumentación.</p> <p>7.-Introducción a la filosofía del lenguaje.</p> <p>8.-Teoría de la verdad y ética del discurso.</p>	<p>El curso utiliza aportes de la psicología, la filosofía, la lingüística y la antropología para el aprendizaje de los aspectos pragmáticos de la interacción comunicativa. Donde se abordan temas relacionados a la construcción de la lingüística, el conflicto sociocultural y la hermenéutica. De esta manera, se estudian teorías desarrolladas por autores que protagonizaron la etapa de la teoría crítica cultural resumida por José Martínez de Toda en la dimensión del Sujeto Crítico.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Diferencia Vs. Consenso en la Pragmática Comunicativa.

APENDICE N° 11. Historia de la Comunicación

Apéndice N° 11. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Praxis de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Historia de la Comunicación (Obligatoria)	El objetivo general de la asignatura consiste en que el estudiante conozca y maneje un marco referencial de los sistemas de comunicación en una perspectiva socio-histórica que cubrirá tanto los orígenes de dichos procesos y su contemporaneidad.	Los contenidos a ser desarrollados en la asignatura son los siguientes: 1.-Comunicación y sociedad: La comunicación humana y el desarrollo del lenguaje y sus símbolos. 2.- Prensa e historia: De la comunicación manuscrita a la comunicación impresa y procesos que inciden en la historia de la comunicación impresa. 3.-Comunicación y sociedad de masas. 4.- El sistema de difusión masiva en Venezuela: Tendencias y uso de los medios en el país y experiencias regionales en radio y televisión	Clases magistrales del profesor y participación de los estudiantes. La evaluación del curso estará dirigida a realizar exámenes escritos de cada unidad del programa y a considerar la participación y la asistencia de los estudiantes.	Los textos recomendados son los siguientes: 1.-Periodismo y literatura. 2.-historia del libro. 3.-La historia empieza en Sumer. 4.-La comunicación humana. 5.-El lenguaje. 6.-Comprender la comunicación. 7.-Historia y comunicación social. 8.-El periodismo. Origen, evolución y función de la prensa periodística.	Los contenidos desarrollados en la asignatura están vinculados a la visión histórica de la comunicación a nivel internacional y nacional. En este sentido, se le ofrece al estudiante un panorama más amplio para que sea consciente del desempeño de los medios en mundo mediatizado.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Historias de la Comunicación.

APENDICE N° 12. Ética y legislación de medios de comunicación

Apéndice N° 12. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Praxis de la Comunicación

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Ética y legislación de medios de comunicación (Obligatoria)	<p>El objetivo general de la asignatura pretende que se produzca en el estudiante una toma de conciencia significativa para su trabajo como profesional de los medios y así asumir la responsabilidad individual y social en función de la colectividad, a la cual sirve.</p> <p>Los objetivos específicos están dirigidos a:</p> <p>1.-Precisar cuatro concepciones filosóficas en el plano ético: utilitarismo, cristianismo, existencialismo y marxismo.</p> <p>2.-Dar a conocer y comprender las normas</p>	<p>Los contenidos planificados para lograr los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.-La ética y el hombre.</p> <p>2.- La ética disciplina filosófica.</p> <p>3.-La ética profesional.</p> <p>4.-La libertad de expresión en Venezuela y en el mundo.</p> <p>5.-Régimen jurídico de los comunicadores en Venezuela.</p> <p>6.-La ética y el hombre.</p> <p>7.-La libertad de expresión.</p> <p>8.-Régimen Jurídico de los comunicadores en Venezuela.</p>	<p>La evaluación de la materia está dirigida a realizar dos pruebas escritas, un trabajo colectivo e individual y un examen final.</p>	<p>Los textos recomendados son los siguientes:</p> <p>1.-Ética y Política.</p> <p>2.- Marxismo y Moral.</p> <p>3.-Grandes Doctrinas Morales.</p> <p>4.- Formas de la conciencia social.</p> <p>5.- Código de Ética del Colegio Nacional de Periodistas.</p> <p>6.-La información Contemporánea.</p> <p>7.- El Periodista y la Ética.</p> <p>8.-Ley de Telecomunicaciones.</p> <p>9.-La Libertad de Expresión.</p>	<p>Los temas desarrollados están vinculados a la ética profesional y la libertad de expresión. Sin embargo, no presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Ética y legislación de medios de comunicación

APENDICE N° 13. Comunicación y desarrollo

Apéndice N° 13. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Praxis de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Comunicación y desarrollo (Electiva)	<p>Comprender las relaciones entre la Comunicación y el Desarrollo, con especial énfasis en las expresiones latinoamericanas de esas relaciones.</p> <p>Estudiar las implicaciones que para nuestras sociedades han tenido la introducción de tecnologías de información y comunicaciones y de modelos comunicacionales dominantes, analizando las alternativas propuestas desde la perspectiva crítica de América Latina.</p>	<p>1.- Enfoques teóricos y definiciones: análisis sobre propuestas y modelos de desarrollo.</p> <p>2.- Comunicación, desarrollo y tecnología: expansión de los medios difusivos en América Latina, opciones y críticas al modelo de desarrollo dominante desde América Latina.</p> <p>3.- América y Venezuela, tendencias y desafíos: el modelo neoliberal como tendencia dominante, desarrollo o neo-desarrollismo de las comunicaciones en América Latina en la década de los 90.</p>	<p>La evaluación de la asignatura consistirá en dos pruebas escritas con carácter reflexivo y la presentación de un trabajo final.</p>	<p>Entre los textos recomendados se encuentran los siguientes:</p> <p>1.-Comunicación para la dependencia o para el desarrollo.</p> <p>2.-Dialéctica de la inflación.</p> <p>3.-Sociología de los medios masivos de comunicación.</p> <p>4.-Comunicación y cambio social.</p> <p>5.-Evolución política y comunicacional de masa.</p> <p>6.-Aprender de Europa.</p>	<p>Los temas desarrollados están vinculados a los enfoques de la influencia de la comunicación en el desarrollo. Sin embargo, no presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación. Los contenidos están más relacionados a como la comunicación puede contribuir al desarrollo desde diferentes escenarios sociales.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Comunicación y Desarrollo.

APENDICE N° 14. Comunicación y drogas

Apéndice N° 14. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Ciencias de la Comunicación. Cátedra: Praxis de la Comunicación					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Comunicación y drogas (Electiva)	<p>Entre los objetivos generales del curso se encuentran:</p> <p>1.-Despertar en la comunidad de la Escuela de Comunicación Social el interés por el conocimiento de una temática que hoy se debate a nivel mundial.</p> <p>2.-Preparar a los futuros comunicadores sociales con los elementos indispensables que le permitan abordar un tópico que necesariamente enfrentarán en el ejercicio de su vida profesional.</p>	<p>1.-Drogas, concepto, efectos, clasificación.</p> <p>2.-Criminalización de las Drogas en Venezuela. Evolución histórica, de acuerdo Códigos Penales y Normativa Vigente. Convenios Internacionales.</p> <p>3.-Análisis de la Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (LOSEP9. Tipos básicos. Penalidades.</p> <p>4.-Tratamiento informativo de la problemática del tráfico de las drogas en Venezuela. Géneros periodísticos utilizados. Factores que deben jerarquizarse en la información.</p> <p>5.-Análisis de la publicidad en Materia de Drogas.</p> <p>6.-Debate sobre los Elementos destacados en la Prensa en Materia de Drogas (caso Venezuela). Fuente utilizada.</p> <p>7.-Violación a los Derechos Humanos y la LOSEP.</p>	<p>1.-Conferencias de Especialistas</p> <p>2.-Lectura dirigida de textos.</p> <p>3.-Discusiones sobre temas vistos en clases.</p> <p>4.-Intervenciones individuales o grupos sobre temas previamente seleccionados.</p> <p>5.-Exposición de videos documentales y películas sobre el tema. Discusión.</p> <p>La evaluación del curso esta planificada a través de intervenciones en clases, un trabajo final y asistencias.</p>	<p>Entre los textos recomendados se encuentran los siguientes:</p> <p>1.-Los estudiantes y el abuso de las drogas.</p> <p>2.-Historia de las drogas.</p> <p>3.- la sociedad Adicta.</p> <p>4.-La fármaco-dependencia.</p>	<p>Los temas desarrollados están vinculados a la criminalización de las drogas en el país y a los elementos destacados en materia de drogas en los periódicos a nivel regional y nacional.</p> <p>Sin embargo, no se identifican contenidos relacionados a las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Comunicación y Drogas.

APENDICE N° 15. Lenguaje y comunicación visual

Apéndice N° 15. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Teoría y Diseño de la Comunicación Visual					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Lenguaje y Comunicación visual (Obligatoria)	<p>El propósito es impartir los conocimientos necesarios para la formación de un Comunicador Social en las áreas relativas a la percepción, psicología de las formas, composición, diseño y todas aquellas otras necesarias para la elaboración de mensajes visuales y para la transformación de ideas en imágenes creativas que comuniquen un objetivo pre-establecido.</p> <p>El objetivo general es capacitar a los estudiantes en el manejo de la imagen en todas sus manifestaciones como expresión visual.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Imagen y comunicación Visual. 2.-La percepción visual: El proceso de la visión y las teorías de la percepción. 3.- La imagen y el lenguaje visual: Análisis y Diseño. 4.- Luz y color. 5.- Diseño y composición. 6.-Métodos de diseño y proyectos visuales. 	<p>La planificación de los contenidos será de modalidad teórico-práctica.</p> <p>El desarrollo general del curso contará con la explicación y análisis de conceptos, teóricos. También participarán todos los estudiantes mediante la discusión de temas preparados por cada uno.</p> <p>La parte práctica de la materia consiste en ejercicios de composiciones visuales.</p>	<p>La bibliografía especial para cada módulo la señalará cada profesor en su programa específico.</p>	<p>Los temas presentes en la asignatura documentan al futuro profesional sobre los elementos de la comunicación visual para la construcción de mensajes dirigidos a una determina audiencia. Los contenidos de esta asignatura contribuyen con el proceso de alfabetización mediática. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Lenguaje y Comunicación Visual.

APENDICE N° 16. Producción de Proyectos Visuales

Apéndice N° 16. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Teoría y Diseño de la Comunicación Visual					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Producción de Proyectos Visuales (Electiva)	Profundizar en los conceptos de diseño, análisis y producción de la forma visual de un proyecto de información, en función de sus objetivos comunicacionales específicos, independientemente de los medios, soportes y especialidad profesional de dicho proyecto informativo.	Los contenidos son los siguientes: 1.- Proyectos de comunicación y proceso de visualización. 2.- Análisis y diseño de la forma visual de la información. 3.- Producción y presentación de proyectos visuales.	El programa no presenta estrategias y actividades.	Las fuentes recomendadas: 1.- Sistemas de signos en la comunicación visual. 2.- Manual de técnicas para directores artísticos y diseñadores. 3.- Fundamentos del diseño bi y tridimensional. 4.- La imagen global. 5.- El foto-Diseño.	Esta asignatura electiva depende de la cátedra de lenguaje y comunicación visual porque complementa la formación en el tema de la forma visual y su comunicación. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Producción de Proyectos Visuales.

APENDICE N° 17. Investigación de los problemas de la comunicación visual

Apéndice N° 17. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Teoría y Diseño de la Comunicación Visual

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Investigación de los problemas de la comunicación visual</p>	<p>Generar nuevas exploraciones y explicaciones, prácticas interpersonales y métodos de acción en el campo de las acciones visuales comunicativas, el diseño de lo gráfico y la generación de políticas de identidad gráfica e imagen en el campo de lo visual.</p> <p>Posibilitar a los cursantes del seminario un espacio creativo que los motive y les den la posibilidad de encontrar nuevos temas, problemas y oportunidades, para el planteamiento de nuevas áreas de indagación y la formulación de trabajos especiales de grado, realizables y creativos.</p>	<p>Los contenidos a ser desarrollados en el seminario estarán dirigidos a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Investigación y creación. 2.- La interfaz perceptiva: Comunicación y acciones visuales. 3.- La interfaz gráfica: Sistemas de información visual. 4.- La interfaz visual: Visión y creación. 	<p>Los estudiantes realizarán tres documentos de investigación, uno por interfaz. Cada documento se elaborará en secuencia y en función de las preguntas de investigación planteadas.</p>	<p>Las fuentes recomendadas están dirigidas a los siguientes temas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Teoría general de la información. 2.- Visiones de futuro. 3.- Cómo hacer cosas con las palabras. 4.- Análisis del Film. 5.- Comunicación y sociedad. 6.- La gráfica y el tratamiento gráfico de la información. 7.- La conversación audiovisual. 	<p>Esta asignatura electiva desarrolla contenidos relacionados al curso de Lenguaje y Comunicación Visual. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación. En este sentido, los contenidos están más relacionados a identificar dificultades de comunicación en piezas visuales.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Investigación de los problemas de la comunicación visual

APENDICE N° 18. Tesis en Comunicación Urbana (Electiva)

Apéndice N° 18. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Teoría y Diseño de la Comunicación Visual

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p style="text-align: center;">Tesis en Comunicación Urbana (Electiva)</p>	<p>El taller tiene como objetivo la producción de proyectos de tesis de pregrado en el campo de la comunicación urbana.</p>	<p>Los contenidos desarrollados son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La comunicación urbana: formulación y gestión de proyectos creativos. 2.- Selección y planteamientos de problemas, oportunidades o interfaz de gestión. 3.- El diseño para la investigación: gestión de la investigación para la resolución de problemas en comunicación urbana. 4.- El diseño del discurso y su producción: la síntesis del proyecto. 	<p>La evaluación es continua. Cada fase del proyecto de tesis de grado tendrá una calificación.</p> <p>Se toma en cuenta para la evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La asistencia. 2.- La participación en clase. 3.- La creatividad en el abordaje del tema planteado. 	<p>Los temas a ser recomendados para su consulta son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Comunicación y sociedad. 2.- Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. 3.- El oficio de ciudadanía. 4.- La era de la información. 5.- La educación estética. 6.- Relaciones en público. 7.- Teoría de la acción comunicativa. 8.- El nuevo espacio público. 	<p>En la asignatura se persigue documentar al estudiante para que genere soportes, redes e iniciativas para la creación de un sentido urbano y apuestas simbólicas para comunicar en la ciudad. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Tesis en Comunicación Urbana.

APENDICE N° 19. Diagramación Especializada

Apéndice N° 19. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Teoría y Diseño de la Comunicación Visual					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la percepción crítica
<p>Diagramación Especializada</p> <p>(Electiva)</p>	<p>El curso posee como objetivo general ampliar las destrezas creativas en la diagramación de diarios con el uso de cuatro tintas y recursos especiales tanto técnicos como creativos.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Sistemas de impresión. 2.- Recursos especiales, fotomecánica y fotocomposición. 3.- Diagramación de páginas especiales. 	<p>El programa no presenta estrategias y actividades</p>	<p>Los temas a ser recomendados para su consulta son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La composición en artes gráficas. 2.- El color. 3.- Fundamentos del proyecto gráfico. 4.- Teoría de la teledocumentación. 	<p>En la asignatura se persigue documentar al estudiante sobre las técnicas para la diagramación de los géneros periodísticos más usados en el país.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Penum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Diagramación especializada.

APENDICE N° 20. Artes Graficas

**Apéndice N° 20. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Gráfico**

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Artes Graficas (Obligatorias)</p>	<p>Capacitar al estudiante para el diseño de proyectos, editoriales y la presentación gráfica eficaz del mensaje informativo o de otra índole, no solo en diarios, sino en los impresos en general.</p>	<p>Los contenidos a ser desarrollados son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Sistemas de reproducción. 2.- Letraografía. 3.- La diagramación. 4.- Recursos especiales: color y fotografía. 	<p>No se especifican estrategias y actividades en el programa de Artes Graficas.</p>	<p>Los temas recomendados para la consulta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Diseño y compaginación de la prensa diaria. 2.- Diseño total de un periódico. 3.- Fundamentos del proyecto gráfico. 4.- Composición en artes gráficas. 5.- Sintaxis de la imagen. 6.- Ilustración y diseño. 7.- Principios básicos de la tipografía. 	<p>En la asignatura se persigue capacitar al estudiante sobre los sistemas y procedimientos adecuados para la producción de impresos.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Artes Gráficas.

APENDICE N° 21. Edición de Diarios

Apéndice N° 21. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Gráfico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Edición de diarios (Electiva)	No se especifican los objetivos del programa de la asignatura.	Los contenidos a ser desarrollados en el programa son los siguientes: 1.- Naturaleza y estructura del diario contemporáneo. 2.- Nuevos proyectos y rediseño de diarios. 3.- La primera página de los diarios. 4.- El editor gráfico. 5.- Recursos fotomecánicos	No se especifican las estrategias y actividades en el programa de la asignatura.	Entre las fuentes recomendadas se encuentran: 1.- La tipografía del siglo XX. 2.- Libro de estilo. 3.- Letrografía. 4.- Diseño y compaginación de la prensa diaria. 5.- Diseño y remodelación de periódicos. 6.- Tipografía creativa. 7.- el diseño de la noticia.	En la asignatura se persigue capacitar al estudiante sobre las técnicas para la edición de diarios. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Edición de diarios.

APENDICE N° 22. Edición de Revistas

Apéndice N° 22. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Gráfico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Edición de revistas (Electiva)	El objetivo general de la asignatura es suministrar al estudiante información actualizada y útil sobre el proceso de planificación, diseño y edición de revistas de diversos formatos.	Los contenidos a ser desarrollados en la asignatura son los siguientes: 1.- La naturaleza de las publicaciones. 2.- La información es una publicación institucional. 3.- El proyecto gráfico. 4.- Personalidad gráfica. 5.- La carátula. 6.- Recursos especiales. 7.- Producción.	No se especifican las estrategias y actividades en el programa de la asignatura.	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- La tipografía del siglo XX. 2.- La composición en artes gráficas. 3.- Fundamentos del proyecto gráfico. 4.- Diseño y reproducción. 5.- Conocimientos de información. 6.- Manuales de diseño. 7.- Periodismo informativo. 8.- Diseño de revista.	En la asignatura se persigue suministrar conocimientos relacionados al área de los medios impresos, específicamente, en la producción de revistas. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Edición de Revistas.

APENDICE N° 23. Tipografía y Color

Apéndice N° 23. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Gráfico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Tipografía y color (Electiva)	No se especifican los objetivos del programa de la asignatura.	Los contenidos a ser desarrollados son los siguientes: 1.- Tipos y legibilidad. 2.- Personalidad gráfica de un diario. 3.- El modelo tipográfico. 4.- El color en la industria gráfica. 5.- Tramas y colores. 6.- Los nuevos diarios.	No se especifican las estrategias y actividades en el programa de la asignatura.	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- La tipografía del siglo XX. 2.- Diseño y remodelación de periódicos. 3.- Periódicos en evolución. 4.- Tipografía creativa. 5.- El libro del blanco y negro. 6.- El color.	En la asignatura se persigue suministrar conocimientos relacionados al color en la personalidad gráfica de los medios impresos. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Tipografía y Color.

APENDICE N° 24. Infografía en la Prensa Contemporánea

Apéndice N° 24. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Grafico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Infografía en la prensa contemporánea (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Indagar como nace y evoluciona la Infografía como información periodística.</p> <p>2.- Definir la forma, la estructura y la función de la Infografía en la prensa contemporánea.</p> <p>3.- Describir el proceso de diseño de la Infografía y sus tendencias.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- Visión panorámica de la Infografía.</p> <p>2.- Tendencias del diseño en la prensa.</p> <p>3.- La definición de la fotografía.</p> <p>4.- El diseño y la creación de infografía.</p>	<p>Las estrategias del seminario están orientadas a la valoración de la participación de los alumnos y la invitación de especialistas al seminario.</p> <p>La evaluación de la asignatura está distribuida en trabajos de investigación y diseño en el área de la infografía.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Los géneros periodísticos fotográficos.</p> <p>2.- La infografía periodística.</p> <p>3.- El periodismo visual.</p> <p>4.- Tecnologías de información.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos relacionados a la infografía como información periodística.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Infografía en la Prensa Contemporánea.

APENDICE N° 25. Identidad e Imagen Urbana

Apéndice N° 25. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Grafico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Identidad e Imagen Urbana (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.-Generar nuevas exploraciones y descripciones sobre la identidad, la imagen y el sentido de los fines y proyectos de los ciudadanos a partir de la comprensión de las relaciones informativas, comunicativas y de conducción realizadas por estos en el escenario urbano y en el marco de la globalidad emergente.</p> <p>2.- Posibilitar, a los cursantes del seminario, un espacio creativo que ofrezca la oportunidad de encontrar nuevos temas, problemas y oportunidades, para la formulación de trabajos especiales de grado, realizables y creativos.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- La creación de nuestro entorno.</p> <p>2.- La identidad urbana: sistemas artificiales, ciudades soporte e informáticas.</p> <p>3.- Los imaginarios urbanos: los ciudadanos y su mundo.</p> <p>4.- La Gobernabilidad de la ciudad: la creación de acontecimiento.</p> <p>5.- Ciudad y comunicación.</p>	<p>Las estrategias del seminario están orientadas a la valoración de la participación de los alumnos y la elaboración de trabajos destinados a investigar en la ciudad su identidad, imagen, sentido y visiones sobre la comunicación.</p> <p>La evaluación de la asignatura esta distribuida en trabajos de investigación.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Visiones de futuro.</p> <p>2.- El oficio de ciudadanía.</p> <p>3.- La era de la información.</p> <p>4.- Ciudadanos del mundo.</p> <p>5.- La construcción del espectáculo público.</p> <p>6.- La educación estética.</p> <p>7.- Escenarios y actores urbanos.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre investigaciones exploratorias y descriptivas de la identidad e imagen generadas por la comunicación ciudadana en los escenarios urbanos.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Identidad e Imagen Urbana.

APENDICE N° 26. Estética Digital y Comunicación

Apéndice N° 26. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Grafico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Estética Digital y Comunicación Visual (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- El estudiante estará en la capacidad de analizar la importancia de la percepción estética en el proceso de la comunicación visual y podrá señalar ejemplos y experiencias de una manera crítica y reflexiva acerca del impacto que este concepto tiene en la percepción de la imagen.</p> <p>2.- El estudiante estará en la capacidad de comprender cómo la tecnología digital ha influido en la construcción del discurso visual, aplicando los fundamentos de la visión y los principios de la teoría de la percepción.</p> <p>3.- El estudiante estará en la capacidad de analizar y entender la comunicación visual bajo la influencia de una nueva estética digital, resultado de las nuevas tecnologías, en el mundo de la post-modernidad contemporánea.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- La estética y la comunicación.</p> <p>2.- Comunicación visual digital.</p> <p>3.- La estética digital en la comunicación visual.</p>	<p>El seminario es de contenido teórico-práctico, con interpretación de hechos e investigación de muestras actuales para confirmación de las propuestas generadas por la exploración.</p> <p>La evaluación del seminario será continua y de producción de resultados prácticos.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Modos de ver.</p> <p>2.- Arte y percepción visual.</p> <p>3.- El lenguaje de la visión.</p> <p>4.- La sintaxis de la imagen.</p> <p>5.- Fundamentos del diseño.</p> <p>6.- Ideología y metodología del diseño.</p> <p>7.- manual de producción del diseñador.</p> <p>8.- La estética en la cultura moderna.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre el papel que representa la estética digital en la comunicación visual. Se desarrollan reflexiones de manera crítica sobre el papel que juega la estética en la comunicación no verbal a partir de experiencia y ejemplos. De esta manera se desarrolla la participación del estudiante a través de reflexiones y juicios sobre los temas tratados. De esta manera, se incentiva parcialmente la lectura crítica de los mensajes presentes en la comunicación visual.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Estética Digital y Comunicación Visual.

APENDICE N° 27 Gerencia de Producción Editorial

Apéndice N° 27. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Comunicación Visual. Cátedra: Comunicación y Diseño Grafico					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Gerencia de producción editorial (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- El alumno estará capacitado para resolver distintos problemas de producción en el área editorial de publicaciones no diarias, desde la definición de un proyecto, producto y costos aproximados.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- Publicaciones no diarias: el mercado editorial, revistas, libros, folletos, institucionales y comerciales. La industria editorial en Venezuela, estructura del primer pliego, diseño, carátula, color, papel.</p> <p>2.- Producción editorial: proceso de producción de una publicación, el pliego de papel, formatos, el taller, recursos especiales, el troquel, diseño y tipografía, composición, arte final, impresión y encuadernación.</p>	<p>En el programa no se especifican las actividades y estrategias.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- La composición en artes gráficas.</p> <p>2.- Conocimiento de la información.</p> <p>3.- tipografía creativa.</p> <p>4.- Manual de arte gráfico y publicitario.</p> <p>5.- Historia del libro.</p> <p>6.- Ilustración y diseño.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre la dirección de la producción editorial.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Gerencia de Producción Editorial

APENDICE N° 28 Fotografía I

Apéndice N° 28. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Audiovisual. Cátedra: Fotografía					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Fotografía I (Obligatoria)	<p>El objetivo general del curso es formar a los estudiantes en el campo de la fotografía periodística.</p> <p>Los objetivos específicos del curso están orientados a:</p> <p>1.- Desarrollar destrezas en el alumno en la manipulación de la cámara fotográfica</p> <p>2.- Desarrollar en el alumno capacidad para utilizar en forma acertada los diferentes lentes.</p> <p>3.- Los alumnos deben desarrollar habilidades para seleccionar las emulsiones convenientes para los trabajos que vayan a realizar.</p>	<p>Los contenidos a ser tratados en el curso son los siguientes:</p> <p>1.- La cámara fotográfica.</p> <p>2.- Objetivos fotográficos.</p> <p>3.- Películas y formatos.</p> <p>4.- El laboratorio fotográfico.</p> <p>5.- La fotografía periodísticas.</p>	<p>Las estrategias planificadas para el desarrollo de la asignatura están orientadas al trabajo de campo prácticas y de laboratorio</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Fotografía manual para apasionados.</p> <p>2.- El placer de la fotografía.</p> <p>3.- Historia gráfica de la Fotografía.</p> <p>4.- El revelado técnico del negativo.</p> <p>5.- la fotografía paso a paso.</p> <p>6.- Los trucos en fotografía.</p> <p>7.- Cómo utilizar la película a color.</p> <p>8.- Consejos prácticos del laboratorio a color.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos teóricos-prácticos de la fotografía periodística.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Fotografía I.

APENDICE N° 29 Fotografía II

Apéndice N° 29. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Fotografía					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Fotografía II (Electiva)	El objetivo general de la asignatura es iniciar a los alumnos en el proceso de libre creatividad fotográfica utilizando los conocimientos adquiridos en los cursos anteriores.	Los contenidos a ser desarrollados son los siguientes: 1.- Fotograma 2.- Granulación 3.- Alto contraste 4.- Virado sepia con elementos de actuación 5.- Programa audiovisual con dos proyectores 6.- Pequeña monografía 7.- Diseño fotográfico 8.- Fotocomposición 9.- Doble exposición 10.- Los planos y ángulos cinematográficos 11.- Secuencia fotográfica 12.- Gran reportaje blanco-negro (equivale por dos trabajos) 13.- La fotografía: lengua o lenguaje. Breve monografía de la fotografía como comunicación iconográfica. Futura tesis de grado. 14.- Revelado de diapositivas en blanco y negro (trabajo grupal) 15.- Secuencia de macrofotografías 16.- Programa audiovisual didáctico	No se dictaran clases magistrales, el profesor actuará como asesor en los diferentes grupos que conformarán el curso. Cada grupo realizará un mínimo de cinco trabajos entre investigaciones, artes finales y experimentación.	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- Manual de equipos y técnicas fotográficas. 2.- Diseños y Comunicación Visual. 3.- El placer de la fotografía. 4.- Historia de la fotografía. 5.- Los trucos en fotografía. 6.- Teoría de los objetivos. 7.- Fotografía y periodismo.	En la asignatura se persigue suministrar conocimientos creativos para la elaboración de fotografías y composición de la imagen. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Taller de Fotografía.

APENDICE N° 30. Radio I.

Apéndice N° 30. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Audiovisual. Cátedra: Radio					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Radio I (Obligatoria)</p>	<p>El programa no presenta objetivos generales y específicos.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Telecomunicaciones, radiocomunicaciones y radiodifusión. 2.- Estado actual de la radiodifusión sonora en Venezuela. 3.- La noticia en radio. 4.- El mensaje radiofónico. 5.- Organización de una estación de radiodifusión sonora. 6.- Ondas sonoras y ondas radioeléctricas. 7.- Propagación de las ondas radioeléctricas. 8.- Transmisiones normales, conjuntas y a control remoto. 9.- El noticiero; formatos, redacción y edición. 	<p>No se especifican estrategia y actividades en el programa. .</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La reglamentación legal de la comunicación en Venezuela. 2.- Los clásicos y el micrófono. 3.- Radio: de la producción en onda corta. 4.- El periodismo radiofónico en Venezuela. 5.- El estado y los medios de comunicación en Venezuela. 6.- producción de programas de radio: 	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre la producción radiofónica a los estudiantes.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Radio I.

APENDICE N° 31. Radio II.

Apéndice N° 31. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Radio					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Radio II (Obligatoria)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- La entrevista radial.</p> <p>2.- La programación radial.</p> <p>3.- El departamento de producción en una emisora del servicio de radiodifusión.</p> <p>4.- Preparación y redacción de guiones.</p> <p>5.- Redacción de textos publicitarios, institucionales y de relaciones públicas.</p> <p>6.- Trabajo de la dirección de un programa radial.</p> <p>7.-Técnicas de producción, el magazine.</p> <p>8.- El reportaje interpretativo en la radio.</p>	No se especifican estrategia y actividades en el programa. .	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Estética radiofónica.</p> <p>2.- La ficción narrativa en radio y televisión.</p> <p>3.- La radio como arma política.</p> <p>4.- producción de programas de radio: el guión-la realización.</p> <p>5.- Periodismo radiofónico.</p> <p>6.- Lo audiovisual en expansión.</p> <p>7.- Los clásicos y el micrófono.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos iniciales sobre la producción radiofónica a los estudiantes.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Radio II.

APENDICE N° 32. Radio III.

Apéndice N° 32. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Radio					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Radio III (Electiva)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	Los contenidos del seminario son los siguientes: 1.- Programas de panel: debate, mesa redonda, tertulia, rueda de prensa. 2.- Programas deportivos: tipos y narradores. 3.- Remotos y radio-crónicas. 4.- El comercial de radio. 5.- La gran encuesta de radio. 6.- El documental y sus variantes. 7.- Programas musicales. 8.- La propiedad intelectual de los materiales con que eventualmente se trabaja en radio.	No se especifican estrategia y actividades en el programa. .	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.-Estética radiofónica. 2.- La ficción narrativa en radio y televisión. 3.- La radio como arma política. 4.- producción de programas de radio: el guión-la realización. 5.- Periodismo radiofónico. 6.- Lo audiovisual en expansión. 7.- Los clásicos y el micrófono.	En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre la producción radiofónica de diferentes géneros periodísticos a los estudiantes. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Radio III.

APENDICE N° 33.Cine I

Apéndice N° 33. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Cine					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Cine I (Obligatoria)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- Introducción histórica al cine. Aspectos sociales, artísticos, industriales y técnicos.</p> <p>2.- Evolución del lenguaje cinematográfico en función de sus posibilidades informativas, narrativas y expresivas.</p> <p>3.- Elementos formadores de la imagen cinematográfica. Factores para controlar la atención del espectador.</p> <p>4.- Características del medio, cine y del espectador cinematográfico.</p> <p>5.- Elementos del montaje. Tiempo y construcción cinematográfica.</p> <p>6.- Cine en Venezuela. Bosquejo histórico. Cine electrónico.</p>	No se especifican estrategia y actividades en el programa. .	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Historia del cine.</p> <p>2.- El proceso creador del Film.</p> <p>3.- La radio-televisión.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre la evolución del cine y los elementos que conforman al lenguaje cinematográfico.</p> <p>Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Cine I.

APENDICE N° 34. Cine II

Apéndice N° 34. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Cine					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Cine II (Electiva)	La asignatura tiene como objetivo ampliar los conocimientos del lenguaje y estética cinematográfica, así como profundizar en los géneros y subgéneros que se desarrollan en el área audiovisual en Venezuela. Asimismo, el curso aspira a dotarlo de elementos críticos que le permitan optimizar su capacidad creadora, para que realice un ejercicio documental e informativo, con la rigurosidad requerida.	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- El lenguaje cinematográfico: elementos formadores e la imagen cinematográfica, posibilidades expresivas entro del cuadro, el montaje, relato, narración y acción dramática, la construcción cinematográfica, entre otros.</p> <p>2.- La banda sonora: voces, ruidos, música, efectos sonoros, doblaje, mezcla e sonidos, entre otros.</p> <p>3.- Géneros y subgéneros cinematográficos aplicados a la comunicación. Periodismo cinematográfico: reportajes, documentales, y noticieros de cine. Cine animación y publicitario.</p> <p>4.- Avances técnicos en el cine actual: tecnologías en la realización cinematográfica</p>	<p>La metodología de trabajo y evaluación esta diseñada de la siguiente forma:</p> <p>1.- Proyección de materiales audiovisuales como soporte al marco teórico.</p> <p>2.- Evaluación continua y permanente.</p> <p>3.- Trabajos prácticos programados.</p> <p>4.- Una evaluación escrita.</p> <p>5.- Evaluación final: Realización de un audiovisual.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- El lenguaje del film.</p> <p>2.- La estética de la expresión cinematográfica.</p> <p>3.- Técnica del montaje.</p> <p>4.- La narrativa fílmica.</p> <p>5.- Anotaciones de un director.</p> <p>6.- teoría y técnica del guión cinematográfica.</p> <p>7.- La información televisiva y su tecnología.</p> <p>8.- Reflexiones sobre el futuro audiovisual.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre el lenguaje cinematográfico a los estudiantes. Los contenidos del programa complementan los expresados en la asignatura anterior, la cual está dirigida a estudiar la evolución del cine.</p> <p>Aunque en el objetivo general del programa se expresa que el curso aspira dotar al estudiante de elementos críticos que le permitan optimizar su capacidad creadora, los contenidos están más vinculados a la alfabetización del medio para producir las primeras piezas cinematográficas de los futuros profesionales.</p> <p>Sin embargo, no se presentan estrategias o actividades vinculadas a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente al medio cinematográfico.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Cine II

APENDICE N° 35.Cine III

**Apéndice N° 35. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Audiovisual. Cátedra: Cine**

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Cine III (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Capacitar a los futuros profesionales para hacer periodismo cinematográfico en los medios audiovisuales.</p> <p>2.- Dotar al estudiante del conocimiento de los recursos cinematográficos, en una perspectiva histórica y con una visión prospectiva.</p> <p>3.- Proveer al alumno de los elementos básicos de la estética y la teoría cinematográfica.</p> <p>4.- Construir a que el estudiante esté en capacidad de orientarse hacia la producción o la crítica audiovisual.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- El guión cinematográfico: Etapas del guión, análisis crítico de las diferencias y semejanzas entre el cine y TV (el emisor, el medio, el receptor). Prácticas y ejercicios.</p> <p>2.- La banda sonora, música, efectos, comentarios, diálogos, silencios: la máquina de la audición. Técnicas de grabación sonora para el cine: procedimiento óptico, magnético, estereofónico. Grabación directa, doblaje, transferencia (visita a un estudio).</p> <p>3.- La producción cinematográfica: aproximación conceptual. Proceso para la realización. Etapas. Características de la producción en Venezuela. Formación del costo de producción. Tabla de sistematización de cálculo para presupuesto de rodaje. Nuevas tecnologías incorporadas a la post producción (visita a una empresa especializada).</p> <p>4.- Cine publicitario, de propaganda e institucional. Conceptos, diferencias y semejanzas. Situación actual de Venezuela.</p> <p>5.- Cine de animación, bosquejo histórico. Aproximación e información sobre algunas técnicas de filmación.</p>	<p>La metodología de trabajo y evaluación está diseñada de la siguiente forma:</p> <p>1.- Clases magistrales.</p> <p>2.- Visitas a empresas y productoras cinematográficas.</p> <p>3.- Programa de proyecciones y/o películas en video, que permitirán el análisis de los puntos que abarca el programa.</p> <p>Los criterios para la evaluación serán: Excelente redacción, sintaxis y ortografía, correcta utilización del idioma español y el lenguaje técnico cinematográfico y televisivo, calidad y contemporaneidad de la información suministrada, asistencia, expresión oral y escrita.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- El proceso creador del film.</p> <p>2.- El director del cine.</p> <p>3.- La realización cinematográfica.</p> <p>4.- Sociología del arte.</p> <p>5.- Cine y lenguaje.</p> <p>6.- Historia del cine mundial.</p> <p>7.- Los grandes nombres del cine.</p> <p>8.- Estética y semiótica del cine.</p> <p>9.- Historia de los medios audiovisuales.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre el lenguaje y la producción cinematográfica a los estudiantes. Los contenidos del programa complementan los expresados en la asignatura anterior, la cual está dirigida a presentar a los estudiantes los elementos del lenguaje del cine.</p> <p>Aunque en el objetivo número cuatro del programa se expresa que el curso aspira dotar al estudiante de elementos que le permitan hacer críticas audiovisuales, los contenidos están más vinculados a la alfabetización del medio para conocer y explorar la realidad cinematográfica.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Cine III.

APENDICE N° 36. Televisión I

Apéndice N° 36. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Audiovisual. Cátedra: Televisión					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Televisión I (Obligatoria)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Suministrar al estudiante conocimientos del medio televisivo, en sus aspectos técnicos y expresivos básicos.</p> <p>2.- Introducir al estudiante de lleno en el mundo del noticiero, cubriendo todas las etapas de producción de este tipo de programas.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- El medio televisivo: Características específicas, historia de la televisión, la TV en las telecomunicaciones del futuro.</p> <p>2.- La emisora de televisión: Los tres grandes aspectos: técnicos, artísticos y administrativo. Los distintos departamentos, personal, funciones, logística.</p> <p>3.- Técnicas básicas de la televisión: Proceso de elaboración transmisión y recepción de la imagen de televisión, circuito abierto, televisión por cable, computadoras y antenas parabólicas.</p> <p>4.- Técnicas expresivas de la televisión: La imagen televisiva, elementos fundamentales del lenguaje de televisión: plano, encuadre, composición, anulación, movimientos de cámara, iluminación, color, música, audio, contenido, materiales gráficos. Técnicas expresivas usuales y avanzadas.</p> <p>5.- La noticia en televisión.</p> <p>6.- El noticiero de televisión.</p>	<p>La metodología de trabajo y evaluación está diseñada para trabajos prácticos y de investigación. Entre ellos se pueden mencionar: Investigación, estudio especial de la televisión venezolana, elaboración de los distintos tipos de noticia, elaboración de un noticiero, análisis de programas de TV, visitas de estudio a los servicios de noticia de los distintos canales de TV locales, entre otros.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- El periodismo en televisión.</p> <p>2.- La televisión en la sociedad.</p> <p>3.- la televisión venezolana.</p> <p>4.- La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.</p> <p>5.- Técnicas de la televisión educativa.</p> <p>6.- La enseñanza audiovisual.</p> <p>7.- Los nuevos medios de comunicación en la enseñanza moderna.</p> <p>8.- Técnicas audiovisuales.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos sobre la el lenguaje y el periodismo televisivo.</p> <p>Los contenidos desarrollados están vinculados a alfabetizar a los estudiantes sobre el lenguaje de la televisión, funcionamiento y técnicas de producción. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Televisión I.

APENDICE N° 37. Televisión II

Apéndice N° 37. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Televisión					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Televisión II (Electiva)	<p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Suministrar al estudiante conocimientos más profundos y detallados del medio televisivo, en cuanto a su basamento jurídico y económico, producción y presentación de programas.</p> <p>2.- Formar periodistas integrales que sepan desempeñarse cabalmente en otras expresiones del periodismo televisivo (reportaje interpretativo, magazines, gran entrevista).</p> <p>3.- Producir programas.</p>	<p>Los contenidos del seminario son los siguientes:</p> <p>1.- Bases jurídicas y económicas de la televisión.</p> <p>2.- Producción: Investigación de ideas, preparación de materiales, libreto, talento, recursos técnicos y artísticos, el piloto, publicidad y promoción.</p> <p>3.- La actuación: Técnicas básicas de la actuación en televisión, funciones y deberes de las personas que aparecen en cámara, exigencias técnicas y artísticas de la producción y trabajo del coordinador.</p> <p>4.- El reportaje interpretativo: el reportero investigador, técnicas de la realización del reportaje interpretativo de la televisión, el reportero de noticias firmadas o en vivo.</p> <p>5.- La entrevista de televisión: el código del entrevistador de la televisión, la entrevista como parte de un programa y la entrevista como totalidad y tipos de entrevistas en la TV.</p> <p>6.- El magazine de televisión: Técnicas de realización, periodistas del magazine y tipos de magazines.</p> <p>7.- Programas de panel en TV: formatos, participantes, funciones y debates.</p>	<p>La metodología de trabajo y evaluación está diseñada para realizar los siguientes trabajos:</p> <p>1.- Análisis crítico del reglamento de radio comunicaciones vigente y estudiar la estructura publicitaria del medio televisivo en el país.</p> <p>2.- Elaborar el plan de producción para un programa de géneros periodísticos.</p> <p>3.- Analizar la actuación en cámara de un locutor de noticias, un periodista, un moderador, un anfitrión de espectáculos y hacer prácticas.</p> <p>4.- Realizar un reportaje interpretativo, diferentes tipos de entrevistas, un magazine especializado y un programa de panel en clases.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- El régimen político de la televisión.</p> <p>2.- Técnica del director de TV.</p> <p>3.- Libertad y responsabilidad de las emisoras de radio y televisión.</p> <p>4.- Reglamento de radio-comunicaciones.</p>	<p>En la asignatura se persigue suministrar conocimientos detallados de la producción del periodismo televisivo, partiendo de la observación y el análisis de lo transmitido en la televisión nacional para conocer el medio e iniciar la producción.</p> <p>De esta manera, los contenidos brindados están direccionados a continuar los procesos de alfabetización del medio televisivo, pero no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa de Televisión II.

APENDICE N° 38. Taller de Televisión

Apéndice N° 38. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Audiovisual. Cátedra: Televisión					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Taller de televisión (Electiva)	El objetivo general de la asignatura está dirigido a la producción y realización de programas de televisión que no necesariamente deben ser periodísticos. La cátedra propone el estudio y la realización de adaptaciones, originales televisivos, programas pilotos y promociones.	Los contenidos del seminario son los siguientes: 1.- Adaptaciones: estudio del texto original, determinación del formato, establecimiento del proceso narrativo, el libreto y requisitos generales de la producción. 2.- Originales televisivos: planteamiento básico, visualización del tratamiento televisivo, formato, sinopsis, libreto, plan de producción. 3.- Programa piloto: Idea, tratamiento televisivo, líneas de fuerza, requerimientos básicos de la producción, lo específico de un programa piloto de serie, miniserie o ciclo. 4.- Promociones: genéricas, capitulares, bloques, impacto, novedad, elementos gráficos, esquema de producción, realización y programación. Pautas de transmisión.	La metodología de trabajo y evaluación está diseñada para realizar las siguientes actividades: adaptaciones de textos literarios, redactar libretos, producir programas, análisis de libretos y programas de televisión,	El programa no especifica fuentes recomendadas.	En la asignatura se persigue suministrar conocimientos detallados de la producción televisiva, para que el estudiante este en capacidad de producir adaptaciones, programas pilotos y promociones. Es alfabetizado en el medio. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Taller de Televisión.

APENDICE N° 39. Publicidad

Apéndice N° 39. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Publicidad (Obligatoria)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	Los contenidos de la asignatura son los siguientes: 1.- La publicidad como proceso social y económico: La publicidad y la revolución industrial, la función de la publicidad en la empresa moderna, aspectos ético-legales de la actividad publicitaria. 2.- La publicidad como parte del proceso mercadotécnico: La investigación el mercado, el blanco de la publicidad, la mezcla mercadotécnica, el producto, el precio, la distribución, estrategia publicitaria y promocional. 3.- La publicidad como proceso administrativo: La agencia de publicidad, organización y funcionamiento, la planificación de la publicidad, el presupuesto, el flujograma de las campañas publicitarias. 4.- La publicidad como proceso comunicacional: El mensaje publicitario, el proceso creativo, en anuncio visual, los mensajes de comunicación social, estrategia y selección de medios.	No se especifican estrategias y actividades en el programa. .	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- teoría general de la publicidad. 2.- La fuerza de la publicidad. 3.- Publicidad.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados de la producción publicitaria. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Publicidad

APENDICE N° 40. Lenguaje Publicitario

Apéndice N° 40. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Lenguaje publicitario (Electiva)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- La Comprensión verbal: Comprensión Léxica, Eliminatoria, Estructural, Verbal total.</p> <p>2.- La Comprensión Conceptual: Generalización del concepto, Selección de conceptos esenciales, Supresión de conceptos secundario y Comprensión conceptual global</p> <p>3.- La Relación Conceptual: La Conexión de las Ideas, la Conexión de las Frases, la Ilustración de las Ideas y Omisión de Conectivos y Estilo coloquial</p> <p>4.- El Diseño del Concepto: Anatomía del proceso creativo, Funciones de la expresión publicitaria, el concepto y su Diseño y el concepto y su aplicación</p> <p>5.- Los Elementos del Mensaje: Elementos sensoriales directos e indirectos, racionales, emocionales y global de la Publicidad.</p>	<p>Por tratarse de un seminario esta asignatura no tiene examen final, ni reparación. El profesor aplicará el método de la evaluación continua del alumno, incluyendo y tomado en cuenta los siguientes elementos: Asistencia a clases, puntualidad, participación, trabajos en clase o fuera de ella, buen uso del idioma castellano en todos sus aspectos ortográficos, sintácticos y pragmáticos.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- El español coloquial.</p> <p>2.- La gráfica de la publicidad.</p> <p>3.- El pensamiento lateral.</p> <p>4.- La estrategia del deseo.</p> <p>5.- El pensamiento visual en publicidad.</p>	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre el lenguaje utilizado en la producción de la publicidad, los cuales forman parte de la dinámica general de la producción de los medios de comunicación. No se identifican aspectos relacionados sobre las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Lenguaje Publicitario.

APENDICE N° 41. Visualización y Redacción Publicitaria

**Apéndice N° 41. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela
Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad**

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Visualización y redacción publicitaria (Electiva)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- El proceso creativo en general: El proceso creativo, sus fases y modelos.</p> <p>2.- El proceso creativo en publicidad: la fase de preparación, la información de mercado, la conexión con el mercado, el producto, el consumidor, el precio, la distribución, la comunicación de mercado, la estrategia y las cinco preguntas claves, la necesidad comunicacional, la idea central, los códigos, el diseño del concepto, el posicionamiento.</p> <p>3.- La redacción publicitaria: Los códigos verbales, el refuerzo del código, la promesa básica, la exigencia estilística de la redacción publicitaria, la responsabilidad del comunicador publicitario con respecto al buen uso y defensa del idioma.</p> <p>4.- Las exigencias particulares de cada medio: visualización, redacción, persuasión y comunicación en los medios impresos, las características específicas del mensaje impreso, el doble estímulo en el cine y la televisión, impresos no noticieros: catálogos, correo, volantes y calcomanías.</p>	No se especifican estrategias y actividades en el programa.	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Teoría general de la publicidad.</p> <p>2.- La fuerza de la publicidad.</p> <p>3.- Herramientas para la creatividad.</p> <p>4.- La creatividad en una cultura conformista.</p> <p>5.- La PNL y la imaginación.</p>	En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la visualización y redacción para la producción publicitaria. En la primera unidad se imparten a los estudiantes herramientas para ser creativos comunicacionalmente. Estos contenidos no son vinculados a estimular directamente la educación para los medios, pero sus insumos son básicos para promover aspectos relacionados a la creatividad en los estudiantes.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Visualización y Redacción Publicitaria.

APENDICE N° 42. Análisis Crítico de la Publicidad

Apéndice N° 42. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Análisis crítico de la publicidad (Electiva)	La asignatura está dirigida a formar a los estudiantes de un espíritu crítico hacia la publicidad como fenómeno social, económico y cultural, especialmente en relación con la publicidad que se realiza en el país.	Los contenidos de la asignatura son los siguientes: 1.- La publicidad como el hecho social: Introducción histórica, su evolución en el país, la publicidad como institución social, su papel en los diferentes sistemas socioeconómico, propaganda y relaciones públicas. 2.- La publicidad como actividad económica: la economía del despilfarro y la obsolescencia planificada y el análisis de la inversión publicitaria en el país. 3.- La publicidad como fenómeno cultural: la creación publicitaria, la creatividad importada, tendencias modernas, ilustraciones y lenguaje en la publicidad y el valor de la publicidad en el país. 4.- Ética y legislación publicitaria: Gremios de la publicidad, el control ético, el control legal y del consumidor.	Las dos primeras unidades son evaluadas a través de la discusión en grupo y un trabajo resumen. Las unidades tres y cuatro son evaluadas con trabajos individuales de investigación y análisis. La evaluación final esta diseñada para la elaborar un trabajo individual de investigación y opinión personal. Por ser un programa que persigue formar una conciencia crítica personal en el alumno, la evaluación dará un peso especial al desarrollo de este factor, más que a la simple demostración de conocimientos.	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- El impacto publicitario. 2.- Rentabilidad e la técnica y práctica de la publicidad. 3.- Teoría, técnicas y prácticas de la publicidad. 4.- La publicidad en el banquillo. 5.- Neocapitalismo y comunicación de masas. 6.- Los artífices del derroche. 7.- La sociedad del consumo. 8.- La investigación publicitaria en Venezuela. 9.- El lenguaje de la publicidad. 10.- Comunicación y cultura de masas. 11.- La regulación de la actividad. 12.- manual Publicitario profesional.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados para el análisis crítico de la publicidad. Desde el punto de vista socioeconómico, el alumno debe conocer las características de la inversión publicitaria en el país y su incidencia sobre la economía general. En relación al punto de vista estético-cultural, el alumno debe saber analizar las distintas manifestaciones creativas de la publicidad que se realiza en el país, atendiendo a sus valores, lenguaje e imágenes, etc. De esta manera, la publicidad es analizada en clases desde el hecho social, económico, cultural y ético, considerando la reflexión en dos campos: la producción y sus posibles efectos. En este programa se identifican objetivos y estrategias dirigidos a desarrollar una lectura crítica de la publicidad en el país desde diferentes formatos: impreso, audiovisual, sonoro y media.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Análisis Crítico de la Publicidad.

APENDICE N° 43. Mercadotecnia

Apéndice N° 43. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Mercadotecnia (Electiva)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	Los contenidos de la asignatura son los siguientes: 1.- La mercadotecnia moderna: evolución y conceptos de la mercadotecnia y sus perspectivas. 2.- La mezcla mercadotecnica: mercado meta, el producto, el precio, la distribución y la promoción. 3.- Mercadotecnia en áreas especiales: mercadeo director, mercadeo político y social, mercadeo de servicios profesionales e internacional.	La evaluación de la asignatura será realizada a través de dos pruebas parciales.	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- Fundamentos de mercadotecnia. 2.- Curso de mercadotecnia. 3.- Manual de mercadeo directo. 4.- Marketing político y social. 5.- Mercadeo de servicios profesionales. 6.- Marketing estratégico.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la mercadotecnia. Sin embargo, no se identifican contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Mercadotecnia.

APENDICE N° 44. Investigación de mercados

Apéndice N° 44. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la percepción crítica
Investigación de mercados (Electiva)	Los objetivos de la asignatura están orientados a la investigación de mercado y su importancia en la toma de decisiones en todos los niveles gerenciales.	Los contenidos de la asignatura son los siguientes: 1.- Definición y concepto de investigación: el método científico y concepto de investigación de mercado, flujo de la investigación de mercado y del mercadeo dentro de las organizaciones. 2.- Las fuentes de información, la encuesta y métodos para recolectar la información. 3.- El instrumento de recolección de información, técnicas en la elaboración de preguntas, la semántica diferencial, escala de medición y técnicas proyectivas. 4.- Concepto de población y muestra, ventajas y desventajas del censo y el muestreo probabilística y no probabilística, muestreo aleatorio, entre otros. 5.- Pasos en la investigación de mercado, el trabajo de campo, perfil del entrevistador y supervisor, el reporte de investigación de mercado. 6. - El store audit, el pantry check, entre otros.	El curso tendrá tres evaluaciones durante el semestre. .	Las fuentes recomendadas son las siguientes: 1.- Investigación de mercado. 2.- Introducción a la Investigación de Mercado. 3.- Análisis de mercados. 4.- Guía para el director de empresas.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la investigación de mercados. Sin embargo, no se identifican contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Investigación de Mercados.

APENDICE N° 45. Creatividad y comunicaciones integradas de mercadotecnia

Apéndice N° 45. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Publicidad					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Creatividad y comunicaciones integradas de mercadotecnia (Electiva)	<p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Proporcionar un conocimiento de la materia, tanto de su fundamentación teórica como de sus aplicaciones prácticas. 2.- Profundizar en el conocimiento de los elementos básicos de la creatividad. 3.- Manejar las técnicas para la generación de ideas creativas. 4.- Fomentar, mediante prácticas, la creatividad de los alumnos. 5.- Desarrollar las destrezas creativas básicas relacionadas con el campo de la comunicación integral de mercadotecnia. 	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La creatividad: técnicas para la creatividad, el sujeto creativo, el proceso creativo y su aplicación en las comunicaciones integradas de mercadotecnia. 2.- Creatividad aplicada a la comunicación: la creatividad en la comunicación, características del producto creativo comunicacional y la mezcla creativa. 3.- Las comunicaciones integradas de mercadotecnia: conceptos, modelos y tendencias actuales del entorno. 4.- Creación y valor de marca: la identidad de marca, imagen de marca, investigación de mercados orientados al branding. 5.- Diseño de estrategias de comunicaciones integradas: Diagnóstico situacional y mapas de públicos. 6.- Plan de comunicaciones integradas de mercadotecnia: Desarrollo y administración del programa de publicidad, desarrollo y administración del programa de promoción de ventas. 7.- Estrategias creativas: planificación y pensamiento estratégico para la innovación y la creatividad. 	<p>En la asignatura se valora la participación del estudiante, el trabajo teórico y práctico.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Dirección del marketing: la edición del milenio. 2.- Marketing: conceptos y estrategias. 3.- Planificación publicitaria. 4.- Publicidad, marketing y comunicación. 5.- La dirección de comunicación. 6.- El pensamiento lateral: manual de creatividad. 	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la Creatividad y comunicaciones integradas de mercadotecnia. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Creatividad y comunicaciones integradas de mercadotecnia

APENDICE N° 46. Relaciones Públicas

Apéndice N° 46. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Relaciones públicas (Obligatoria)	<p>El objetivo general de la asignatura está dirigida a capacitar al estudiante sobre las características de las relaciones públicas como filosofía, ciencia y metodología de la integración entre una organización y su público.</p> <p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- El alumno deberá ser capaz de describir y explicar el objeto y la praxis de las relaciones públicas.</p> <p>2.- El alumno establecerá criterios claros y distintos entre relacionismo, como profesional legítima de la sociedad moderna.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Conceptos básicos: terminología básica de relaciones públicas, bases de las relaciones públicas, la misión y los objetivos del relacionismo, las relaciones públicas como hecho social.</p> <p>2.- Administración de las relaciones públicas: la organización como entidad socioeconómica, teoría del cambio en las organizaciones, gerencia y administración de las comunicaciones, entre otros.</p>	<p>La evaluación de la asignatura será realizada a través de trabajos de investigación documental y de campo y participación de los estudiantes.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Las relaciones públicas: un factor clave de gestión.</p> <p>2.- teoría de la organización y la administración: un enfoque integral.</p> <p>3.- Relaciones públicas en la mezcla mercadotécnica.</p> <p>4.- La gerencia de eventos especiales en las relaciones públicas.</p> <p>5.- Gerencia, cultura y educación.</p> <p>6.- Gerencia integral.</p>	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre las relaciones públicas. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la dimensión del sujeto crítico, lectura o autonomía crítica frente a los medios de comunicación.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Relaciones Públicas.

APENDICE N° 47. Relaciones Públicas II

Apéndice N° 47. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela					
Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Relaciones públicas II (Obligatoria)	<p>El objetivo general de la asignatura es desarrollar en el estudiante la capacidad analítica y lógica para comprender y concebir procesos de relaciones públicas.</p> <p>El objetivo específico es lograr que el estudiante domine y aplique la Ecología y la alterlogía para concebir, organizar y dirigir procesos de relaciones públicas para integrar organización y públicos.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Teoría general del proceso de las relaciones públicas, visión holística y analítica del proceso de las relaciones públicas, entre otros.</p> <p>2.- El ejercicio de relaciones públicas, el proceso de la investigación y análisis relacionista, proceso de la administración y práctica, las realidades y redes de relaciones entre públicos.</p>	No se especifican estrategias y actividades en el programa.	No se especifican fuentes recomendadas en el programa.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre las relaciones públicas. Sin embargo, no se presentan contenidos relacionados a las dimensiones de la educación para los medios.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Relaciones Públicas II

APENDICE N° 48. Gerencia

Apéndice N° 48. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Gerencia (Electiva)	<p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Conocer y manejar al menos tres enfoques de pensamiento acerca de cómo funcionan las organizaciones y el papel de la gerencia. 2.- Investigar autores que hayan aportado avances específicos sobre la teoría tanto de la gerencia como de las organizaciones. 3.- Emitir opiniones razonadas en las discusiones de clase, apoyadas en las investigaciones y análisis de los autores estudiados. 4.- Preparar un informe con los resultados de una investigación de campo que toque algunos de los conceptos del programa. 	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- El concepto de empresa. Los enfoques racionales. Los enfoques que introducen variables emocionales. Los enfoques de sistema. 2.- El concepto de empresa. Los enfoques racionales. Los enfoques de proceso. Los enfoques contingentes. 3.- El concepto de cultura en las organizaciones y su impacto en el diseño y funcionamiento de las empresas. 4.- El concepto de estrategia de la empresa. Visión, misión, la relación producto-mercados- territorios. Relación con el entorno técnico-económico-social. 5.- Un esfuerzo para integrar los conceptos alrededor del problema del funcionamiento eficaz de las organizaciones. Estructura, gente, tareas, decisiones, información e incentivos como variables que definen el funcionamiento de la empresa. 	<p>La evaluación de la asignatura será realizada a través de trabajos de investigación documental y de campo y participación de los estudiantes.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Cultura organizacional. 2.- La estrategia de la empresa. 3.- la revolución organizativa. 4.- Culturas corporativas. 5.- Organización y administración: un enfoque situacional. 6.- Psicología social de las organizaciones. 7.- Los grandes autores en administración. 	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la gerencia. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios, que son objeto del estudio.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Gerencia.

APENDICE N° 49. Diseño de Organizaciones

Apéndice N° 49. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Diseño de organizaciones (Electiva)</p>	<p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Conocer y manejar al menos dos modelos de análisis de organizaciones.</p> <p>2.- Investigar las características específicas de una organización existente y del contexto en el cual opera.</p> <p>3.- Emitir un juicio razonado, apoyado en el análisis de datos, acerca del funcionamiento de esa organización.</p> <p>4.- Producir un documento con recomendaciones para mejorar o modificar el funcionamiento de esa organización.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Revisión de objetivos y metas del programa y elección del modelo conceptual para conducir la investigación.</p> <p>2.- La Situación económica, laboral, tecnológica, social, política, etc. En el contexto de los negocios de la empresa. La estrategia implícita o formulada: Productos/Servicios, Mercados y tecnología.</p> <p>3.- Los factores de diseño que deben conducir al cumplimiento de la estrategia: estructura, incentivos, información, personal, tareas, decisiones.</p> <p>4.- La cultura de la empresa impulsada o no por la gerencia: Supuestos subyacentes, hábitos y prácticas de trabajo.</p> <p>5.- Los resultados obtenidos por la empresa en el período bajo análisis, comparados con los esperados y con los obtenidos por la competencia.</p>	<p>La evaluación de la asignatura será realizada a través de trabajos de investigación documental y de campo y participación de los estudiantes.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.- Cultura organizacional: aspectos teóricos y prácticos.</p> <p>2.- La creación de nuevos valores y objetivos en la empresa.</p> <p>3.- Diseño de organizaciones para la excelencia en el desempeño.</p> <p>4.- Potenciales ocultos en los recursos humanos y éxito corporativo continuo.</p>	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre el diseño de organizaciones. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Diseño de Organizaciones.

APENDICE N° 50. Campaña publicitaria y estrategia de medios

Apéndice N° 50. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Campaña publicitaria y estrategia de medios (Electiva)</p>	<p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- Plasmar en un simulacro detallado y realista el dominio profesional adquirido a través e las materias vinculadas a la publicidad.</p>	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1.- El informa de mercado y el análisis situacional: La trayectoria de la empresa anunciante, el producto, la competencia directa e indirecta, la comercialización a través de la red de distribución, el consumidor y la segmentación del mercado y la historia comunicacional del anunciante.</p> <p>2.- La selección de medios: la identificación del segmento meta, selección de medios y el presupuesto publicitario.</p> <p>3.- Campaña publicitaria completa: televisión, radio, cine, publicidad exterior y otros medios.</p>	<p>La evaluación de la asignatura será realizada a través de trabajos de investigación documental y de campo y participación de los estudiantes.</p>	<p>Las fuentes recomendadas son las siguientes:</p> <p>1.-Herramientas para la creatividad.</p> <p>2.- La creatividad en una cultura conformista.</p> <p>3.- La fuerza de la publicidad.</p> <p>4.- Teoría general de la publicidad.</p>	<p>En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la campaña publicitaria y estrategia de medios. Sin embargo, no se identifican contenidos vinculados a las dimensiones de la educación para los medios.</p>

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Campaña publicitaria y estrategia de medios.

APENDICE N° 51. Comunicación Organizacional e Internet

Apéndice N° 51. Registro de programas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas. Cátedra: Relaciones Públicas					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
La comunicación organizacional e Internet (Electiva)	El programa no presenta objetivos generales y específicos.	Los contenidos de la asignatura son los siguientes: 1.- Tendencias del mercado: perfiles del uso de Internet como reservorio de información. 2.- Las PYMES y la Internet: el papel de las pequeñas y mediana empresas. 3.- Los negocios en el espacio virtual. 4.- La empresa virtual. 5.- Aspectos legales y seguridad. 6.- La función de comercialización. 7.- La función de relaciones públicas. 8.- Revisión de un posible modelo integrado de comunicación organizacional. 9.- Experiencias en relaciones públicas. 10.- Lecciones para el comunicador organizacional.	En el programa no se especifican estrategias y actividades.	En el programa no se especifican fuentes recomendadas.	En la asignatura se suministran conocimientos detallados sobre la comunicación organizacional e Internet. Sin embargo, no se presentan contenidos vinculados a la disciplina de la educación para los medios.

Fuente: Pensum 87. Escuela de Comunicación Social (UCV). Programa Comunicación Organizacional e Internet.

Resultados del Registro de programas
de la Escuela de Educación
de la Universidad Central de Venezuela

APENDICE N° 52. Pensamiento, lenguaje y comunicación

**Apéndice N° 52. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela
Componente de Formación General**

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Pensamiento, Lenguaje y Comunicación	<p>El objetivo general de la asignatura es el siguiente: Estudiar la comunicación como elemento y factor de la actividad social de la humanidad, con énfasis en la enseñanza, a partir del análisis del lenguaje y del pensamiento en sus contenidos, estructuras, procesos y funciones, con el propósito de desarrollar en los estudiantes su competencia comunicativa.</p> <p>Entre sus objetivos terminales se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar competencias comunicativas a nivel receptivo y productivo, en contextos académicos. - Analizar los principios teóricos generales referidos a la comunicación humana y a los procesos concomitantes: lenguaje y pensamiento. - Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en 	<p>Los contenidos contemplados en esta asignatura son los siguientes:</p> <p>Unidad I: El proceso de la lectura:</p> <p>1.1.- Introducción al proceso de lectura.</p> <p>1.2.- Estrategias de lectura: estrategias cognitivas y metacognitivas.</p> <p>Unidad II: La comunicación humana:</p> <p>2.1.- El fenómeno de la comunicación, dimensiones y carácter del mismo como objeto de estudio.</p> <p>2.2.- La especificidad de la comunicación humana. Principales enfoques teóricos y tendencias en su estudio.</p> <p>2.3.- El proceso de la comunicación.</p> <p>Principales modelos teóricos explicativos.</p>	<p>Las estrategias metodológicas de la asignatura son teórico-prácticas, donde se evidencia una permanente constatación con situaciones reales que permitan la comprensión y aplicación inmediata de los contenidos.</p> <p>Asimismo, se desarrollarán actividades que estimulen las competencias comunicativas de los estudiantes y de optimización de sus habilidades lingüístico comunicacionales, a través de la ejercitación de la lengua oral y escrita, así como también del proceso de lectura como herramienta fundamental para facilitarles el proceso de aprendizaje.</p> <p>De esta forma, el proceso de evaluación está orientado a actividades</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- La comunicación en los grupos. 2.- La estructura de la Magia I. 3.- Psicolingüística y desarrollo del español. 4.- Teoría social de la persuasión. 5.- Entrenamiento en estrategias de comprensión lectora. 6.- En torno al lenguaje. 7.- Teoría de la comunicación humana. 8.- Aspectos de la teoría de la sintaxis. 9.- La lengua y la mente. 10.- Los niños no aprenden a hablar. 11.- Bajo el signo creador de la lengua. 12.- Pedagogía del oprimido. 13.- Enseñanza y comunicación. 14.- Teoría de la enseñanza y desarrollo del currículo. 15.- El lenguaje como semiótica social. 	<p>Los objetivos de la asignatura están dirigidos a brindar a los estudiantes conocimientos generales en materia de comunicación, desde los aspectos teóricos y epistemológicos de esta ciencia.</p> <p>Desde esta perspectiva, se contemplan contenidos básicos sobre los procesos de la comunicación humana y sus implicaciones en las actividades educativas. No se profundiza en aspectos educomunicativos, pero los contenidos representan una base dentro de la dimensión del sujeto alfabetizado mediáticamente.</p> <p>En los aspectos metodológicos de la asignatura las actividad a desarrollar se evidencian aspectos del aprendizaje</p>

	<p>las fases instrumental y teórica, al ámbito educativo (en el rol de estudiantes y de futuro docente).</p> <p>Los objetivos específicos de la asignatura comprenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Analizar los diferentes aspectos que intervienen en el proceso de lectura. -Aplicar en el proceso de la lectura y estudio de textos, las estrategias cognitivas y metacognitivas que faciliten el proceso de aprendizaje. -Explicar las dimensiones y características de la comunicación como objeto de estudio a partir de diferentes enfoques y modelos teóricos. -Determinar las funciones y propósitos de la comunicación. - Analizar los factores endógenos y exógenos que intervienen en el desarrollo de la competencia comunicativa. - Clasificar la comunicación en términos de los códigos, niveles, redes, contenidos, formas, interacción, modalidades y finalidades. 	<p>2.4.- Factores endógenos y exógenos en el desarrollo de la competencia comunicativa.</p> <p>2.5.- Funciones y propósitos de la comunicación humana.</p> <p>2.6.- Clasificación general de la comunicación humana: niveles, redes, tipos, interacción, contenidos y formas verbales y no verbales.</p> <p>2.7.- El lenguaje como fenómeno social y como expresión del pensamiento.</p> <p>2.8.- La competencia comunicativa.</p> <p>Unidad III: La comunicación en la educación:</p> <p>3.1.- La comunicación en el proceso de enseñanza- aprendizaje.</p> <p>3.2.- Acción docente y comunicación en el aula.</p> <p>3.3.- Educación infantil y medios de comunicación colectiva.</p>	<p>que estimulen el desarrollo de habilidades para comunicarse en lengua oral y escrita de forma continua y acumulativa.</p>	<p>16.-Las relaciones interpersonales en la educación.</p> <p>17.- Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua.</p> <p>18.-Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación humana.</p> <p>19.-Comprender la comunicación.</p> <p>20.- Psicología social.</p> <p>21.- Comunicación y cultura.</p> <p>22.- Interacción humana en educación.</p> <p>23.- El lenguaje en la interacción didáctica.</p>	<p>significativo y constructivista.</p> <p>Las evaluaciones y las fuentes recomendadas están en consonancia con los contenidos a ser desarrollados durante el curso.</p>
--	--	--	--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar el carácter social y comunicativo del lenguaje como expresión del pensamiento y sus implicaciones en contextos educativos. - Analizar la importancia de la acción docente en los procesos comunicacionales del aula. - Aplicar los conocimientos adquiridos en la Asignatura a diferentes contextos de comunicación. 				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Pensamiento, Lenguaje y Comunicación

APENDICE N° 53. Informática y educación

ANEXO N° 53. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Componente de Formación General					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Informática y educación	<p>Los objetivos generales de la asignatura están orientados a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Promover la formación de una conciencia cultural y crítica sobre la significación y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. -Dilucidar el significado objetivo de la informática en la educación y sus posibilidades como recurso de innovación y transformación, inserto en la realidad nacional. -Explorar en el uso de la informática y las telecomunicaciones como un nuevo poderoso medio cultural y de enseñanza. - Promover el desarrollo de investigaciones que permitan una mayor comprensión de las aplicaciones de la informática en el ámbito educativo. 	<p>El contenido programático de la asignatura es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conceptos básicos de las TIC'S. -Hardware y software. -Opciones comunicacionales. -Desarrollo tecnológico y las TIC'S. -Globalización. -Las TIC'S y nuevas concepciones de la cultura y la educación. -Medios didácticos computarizados, servicios de internet. -Medios didácticos computarizados para el análisis y la evaluación. -Actividad Instruccional. Aplicaciones informáticas. -Las TIC'S en el contexto educativo venezolano. -Investigación, educación y las TIC'S. Exploración e Innovación. 	<p>El enfoque metodológico de la asignatura se caracteriza por estimular la investigación documental y activa. Donde se emplean las siguientes estrategias: Lecturas, discusiones grupales, búsqueda de diversas definiciones de términos vinculados al área, análisis de informaciones y trabajos prácticos.</p>	<p>En el programa se especifica que la bibliografía será suministrada por el profesor, en los casos en que sea necesario, al inicio de cada unidad.</p>	<p>En los objetivos generales de esta asignatura se evidencia el propósito de capacitar a los futuros educadores en una conciencia crítica sobre el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de enseñanza y aprendizaje.</p> <p>Se realiza un especial énfasis en el uso de la informática en las actividades educativas, como una herramienta útil y práctica para la planificación pedagógica.</p> <p>De esta manera, se evidencia que desean formar a los futuros profesionales de la educación como un sujeto crítico, pero en aspectos informáticos.</p>

					<p>En este sentido sus contenidos están direccionados para alfabetizar a los docentes en todos los elementos que conforman la herramienta de las tecnológicas de la información y la comunicación en el área de la computación, y así estimular el uso crítico del mismo en las actividades metodológicas en el aula de clases.</p> <p>Sobre las estrategias metodológicas se especifica que se estimularán procesos de investigación documental y de campo con el propósito de que los participantes utilicen la informática en la enseñanza.</p> <p>El programa no presenta fuentes recomendadas.</p>
--	--	--	--	--	---

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa informática y educación

APENDICE N° 54. Psicología educativa

Apéndice N° 54. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Componente de Formación Pedagógica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Psicología Educativa	<p>Los objetivos generales de la asignatura son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocer diferentes modelos explicativos acerca del ser humano, desarrollados por la psicología, y establecer sus consecuencias y aplicaciones para la educación. -Comprender el desarrollo humano, y los diferentes factores que inciden en el mismo. - Explicar algunos procesos psicológicos básicos y su relación con el aprendizaje. - Comprender el aprendizaje humano de acuerdo a diferentes paradigmas o programas de investigación. 	<p>Los contenidos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>Unidad I: Introducción a la psicología.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La psicología y su desarrollo histórico. 2. Perspectivas actuales en psicología. 3. Métodos de estudio en la investigación psicológica. 4. Psicología evolutiva. <p>Unidad II: Procesos psicológicos básicos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos sensorio-perceptivos y su influencia en el comportamiento. 2. Emoción. 3. proceso de motivación y su influencia en el comportamiento humano. 4. Cognición. 5. Memoria desde el enfoque del procesamiento de la información. 	<p>Las estrategias metodológicas de esta asignatura combinan diferentes tipos de actividades, técnicas y recursos instruccionales, orientadas a promover el aprendizaje de la disciplina sobre la base de la participación activa del estudiante. Entre las estrategias se contemplan: exposiciones docentes, discusiones grupales, lecturas comentadas, ejercitaciones sobre textos y situaciones específicas, análisis de videos, observaciones en aula, resolución de problemas, entre otros.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Historia y principios éticos. 2. Neuroeducación: uniendo las neurociencias y la educación en la búsqueda del desarrollo humano. 3. Fundamentos de psicología. 4. Psicología. La aventura de conocernos. 5. Psicología educativa. 5. Psicología del desarrollo del ciclo vital. 6. Psicología del niño. 7. Teorías vigentes sobre el desarrollo humano. 8. Gilligan: estadios del desarrollo moral. 9. Valores escolares y educación para la ciudadanía. 10. Desarrollo de la inteligencia. 11. Pensamiento y acción. 	<p>En el marco de los objetivos planteados en la asignatura se identifica el reconocimiento del papel social que representa el docente en el desarrollo de las sociedades. Donde se valoran los aspectos morales y culturales de las personas, así como los aspectos psicológicos en la relación con el aprendizaje y el mundo. Sin embargo, no se detallan aspectos vinculados a los medios de comunicación.</p> <p>En este sentido, los contenidos contemplados están orientados a aspectos psicológicos básicos de los seres humanos y las diferentes teorías para estimular los procesos educativos. En este contexto se contemplan</p>

	<p>- Analizar el papel de la educación en desarrollo moral de la persona.</p> <p>-Analizar modelos explicativos de desarrollo moral.</p> <p>-Reconocer la importancia del docente como promotor en la formación de valores, la construcción de ciudadanía y una cultura de paz.</p>	<p>Unidad III. Enfoques psicológicos del aprendizaje.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprendizaje. 2. Enfoque conductista. 3. Enfoque cognoscitivo. <p>Unidad IV: Educación y desarrollo moral</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia de la educación para el desarrollo moral. 2. Teoría del desarrollo moral según Piaget. 3. Teoría del desarrollo moral según Gulligan. 5. Educación en valores, ciudadanía, democracia y rol del docente. 6. Derechos humanos y cultura de paz en el contexto educativo venezolano. 		<ol style="list-style-type: none"> 12. Comparando las perspectivas de Piaget y Vygotski sobre el desarrollo y la educación. 13. La inteligencia emocional en el aula. 14. Principios de aprendizaje y conducta. 15. Desarrollo psicológico a través de la vida. 16. Psicología con aplicaciones en países de habla hispana. 17. Inteligencias múltiples. 	<p>teorías que son consideradas para la estimulación de la educación para los medios tales como las del aprendizaje constructivista y significativo.</p> <p>Dentro de las estrategias metodológicas se estimula el aprendizaje a través de la participación activa de los estudiantes.</p> <p>Sobre las fuentes recomendadas se identifican autores y temas que son orientadores en la aplicación de experiencias de la educación para los medios, tales como Piaget, Vygotski, Gulligan, entre otros.</p> <p>Es importante desatacar, que en este programa no se especifican tópicos relacionados directamente con los medios de comunicación social, en especial el televisivo.</p>
--	---	---	--	--	---

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Psicología Educativa

APENDICE N° 55. Sociología de la Educación

Apéndice N° 55. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Componente de Formación Pedagógica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Sociología de la Educación	<p>El objetivo general de la asignatura está orientada hacia reconocer, analizar y diferenciar los campos teóricos fundamentales de la sociología de la educación junto con sus respectivos objetivos de estudios tanto generales como específicos que permitan comprender la realidad del sistema educativo y sus relaciones con los demás sistemas que conforman el ser social.</p> <p>Entre sus objetivos específicos se enumeran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar, explicar y evaluar el empirismo y el discontinuismo materialista en cuanto a modelos epistemológicos principales de la sociología general. 2. Identificar, explicar y evaluar los aspectos temáticos principales de la sociología general de acuerdo con la teoría 	<p>Los contenidos de esta asignatura son los siguientes:</p> <p>Primera Parte Unidad I. Dos teorías sociológicas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la teoría estructural-funcional. 2. Introducción a la teoría marxista. <p>Unidad II. Capitalismo, subdesarrollo y dependencia.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Generalidades sobre la sociedad capitalista. 2. Desarrollo y subdesarrollo. <p>Unidad III. Aproximación a una sociología de la sociedad venezolana actual.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura económica y social. 2. Estructura cultural y política. 	<p>Las estrategias metodológicas de esta asignatura combinan diferentes tipos de actividades, técnicas y prácticas para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados. Para ello, se recurrirá a lecturas guiadas, grupos de trabajo, discusiones en equipo, investigaciones cualitativas, entre otros.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La filosofía como arma de la revolución. 2. psicología, ideología y ciencia. 3. Una introducción a Karl Marx. 4. la explicación científica. 5. Dialéctica de lo concreto. 6. Elementos fundamentales para la crítica de la economía política. 7. La teoría en la ciencia social. 8. Para una crítica de la práctica teórica. 9. Marx-Engels: Diez conceptos fundamentales. 10. La investigación en las ciencias humanas. 11. Política y sociedad en una época de transición. 12. El estado y la revolución. 	<p>En los objetivos de la asignatura se identifican la valoración del futuro educador como sujeto social en el contexto educativo. A pesar que no se especifican aspectos vinculados con los medios de comunicación social se contextualiza al estudiante en los aspectos vinculados del aprendizaje en el marco de un mundo socializado.</p> <p>Asimismo, en sus contenidos se identifica la contextualización de temas relacionados con aspectos del sujeto social sin estar relacionados a la educación para los medios, tales como: mediaciones sociales, relación del estado y los sistemas políticos en los procesos educativos.</p>

	<p>estructural-funcional y la teoría marxista.</p> <p>3. Describir y explicar los rasgos estructurales y sociales más relevantes de la sociedad capitalista.</p> <p>4. Describir y explicar la temática del desarrollo y subdesarrollo sociales. Contrastando los enfoques teóricos más conocidos.</p> <p>5. Describir y explicar las características más relevantes de la sociedad venezolana actual en términos de sus estructuras y relaciones sociales.</p> <p>6. Analizar la socialización tomando encuentra las bases biológicas y la familia a la luz de las teorías sociológicas.</p> <p>7. Reconocer y analizar la importancia de los agentes del sistema escolar como un medio para la comprensión del proceso social tropológico de la educación escolar.</p> <p>8. Examinar las desigualdades de los estudiantes en relación a la estratificación social y otros factores, así como también la relación entre la escuela y el trabajo y el poder político.</p> <p>9. Distinguir las características de la</p>	<p>Segunda parte</p> <p>Unidad I. La Socialización</p> <p>1. Individuo y sociedad</p> <p>2. Familia y la socialización.</p> <p>3. Televisión y socialización.</p> <p>Unidad II. Los agentes del sistema escolar</p> <p>1. Sociología del docente.</p> <p>2. Sociología del alumnado.</p> <p>3. La sociología del aula.</p> <p>Unidad III. El sistema educativo, la estructura social y el estado.</p> <p>1. Educación y empleo.</p> <p>2. Estado y educación.</p> <p>Unidad IV. Sociología del sistema escolar venezolano.</p> <p>1. Tendencias actuales de la educación en Venezuela.</p> <p>2. Las funciones de la escuela y el rol del docente en los países.</p> <p>3. Posibilidades de superar la pedagogía de la opresión.</p>		<p>13. Ensayos de la teoría sociológica.</p> <p>14. El sistema de las sociedades modernas.</p> <p>15. Ideología y aparatos ideológicos de estado.</p> <p>16. Burocracia y tecnocracia.</p> <p>17. La clase obrera.</p> <p>18. El estado en la sociedad capitalista.</p> <p>19. Poder político y clases sociales en el estado capitalista.</p> <p>20. Clase, crisis y estado.</p> <p>21.- Apreciaciones generales sobre las teorías del desarrollo.</p> <p>22. Las clases sociales y el estado venezolano.</p> <p>23. Los cambios sociales: Fuentes, tipos y consecuencias.</p> <p>24. Fundamentos de la teoría económica. Un análisis de la política económica venezolana.</p>	<p>En las estrategias y actividades metodológicas se contemplan acciones para estimular el aprendizaje significativo y constructivista.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos sobre el papel que juega la socialización en los procesos educativos.</p>
--	---	---	--	--	---

	educación en Venezuela en las últimas tres décadas e identificar las tendencias y posibilidades del sistema escolar venezolano.				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Sociología de la Educación

APENDICE N° 56. Historia de las ideas pedagógicas en Venezuela

Apéndice N° 56. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela					
Componente de Formación Pedagógica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Historia de las Ideas pedagógicas en Venezuela	<p>Los objetivos generales de esta asignatura están orientados a:</p> <p>1. Resaltar la importancia de la historia como ciencia para la investigación y el estudio del proceso de la realidad educacional venezolana y para la formación del Educador-Investigador.</p> <p>2. Inferir que el pensamiento educativo venezolano es una forma de pensamiento social mediante el cual, se ha venido y seguirá, también, expresando el proceso formativo de la nación y la sociedad venezolana.</p> <p>3. Determinar que el pensamiento educacional venezolano es el producto del proceso de cambios históricos, condicionado fundamentalmente por los aportes de las ideas y corrientes pedagógicas universales, el nivel de desarrollo de la sociedad y</p>	<p>Las unidades programáticas de la asignatura son las siguientes:</p> <p>Unidad Introdutoria: La historia como ciencia. -La historia como una ciencia social. Las ciencias sociales. -El oficio del historiador. El carácter científico del conocimiento histórico. -Las concepciones históricas contemporáneas más importantes y su expresión en el estudio histórico de la educación.</p> <p>Unidad I. Proceso de institucionalización de la introducción pública como proyecto político nacional. De la crisis de las sociedad colonial a la gestación de la sociedad nacional (1777-1908).</p>	<p>En el programa se identifica un carácter histórico y pedagógico de la asignatura, a través de la cual se desarrollarán análisis y síntesis que involucran tres dimensiones íntimamente relacionadas:</p> <p>1. Dimensión teórico metodológica: Objeto de la unidad introductoria que, por la naturaleza de su contenido, implica el análisis crítico y la discusión conceptual de los problemas básicos de la historia como disciplina científica y su utilidad para el docente.</p> <p>2. Dimensión histórico social: en cada uno de los momentos y etapas históricas en que se ha periodizado el programa, se debe proceder a analizar y producir una síntesis que involucre: la estructura social, económica y político-jurídica, el</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <p>1. Apología por la historia u oficio del historiador. 2. Para comprender la historia. 3. Metodología y estudio de la historia. 4. Combates de la historia. 5. Historia de la pedagogía. 6. Historia económica y social, una estructura para su estudio. 7. Testimonios sobre la formación para el trabajo. 8. Historia general de la pedagogía. 9. Historia de la pedagogía y de la educación. 10. Doctrina y proceso de la educación en Venezuela. 11. Educación y lucha de clases.</p>	<p>En el programa no se identifican aspectos de la educación para los medios. Sin embargo, se presenta una contextualización histórica considerando indicadores sociales y evolutivos en las áreas sociales, económicas y políticas que han marcado los procesos educativos formales y no formales.</p> <p>De esta forma, en las estrategias metodológicas se valoran los procesos desde la dimensión histórica, los aspectos sociales que se involucran en la evolución progresiva de la educación.</p>

	<p>la correlación las fuerzas e intereses políticos, sociales y económicos.</p> <p>4. valorar la contribución del pensamiento pedagógico venezolano en las reformas y realizaciones educacionales ocurridas en la trayectoria pasada y presente del país y por consiguiente el aporte de éstas al proceso histórico nacional.</p> <p>5. Deducir la influencia del conocimiento histórico de la educación para la comprensión de la historia de Venezuela.</p>	<p>1. La educación y la necesidad de formar ciudadanos.</p> <p>1.1. Sociedad colonial. Régimen español: características, cultura colonial, independencia nacional, guerra, consecuencias.</p> <p>1.2. Pedagogía escolástica y pedagogía de la ilustración. Confrontación de fundamentos, principios, fines, métodos y organización de la enseñanza.</p> <p>1.3. Raíces hispanas de las propuestas y realizaciones ilustradas de la enseñanza colonial en Venezuela.</p> <p>1.4. Competencia de intereses sociopolíticos en la formación del ciudadano: Estado e iglesia católica. Política religiosa-cultural del despotismo ilustrado.</p> <p>2. Organización de la instrucción pública popular como primer deber del estado nacional para formar ciudadanos republicanos.</p> <p>2.1. República liberal representativa. Gobiernos. Oligarquías y caudillismo. Latifundio y desintegración.</p>	<p>contexto ideo-cultural, tomando en consideración las distintas vertientes, a veces antagónicas, del pensamiento político-jurídico, económico, social y educativo; las necesidades educativas de la sociedad; la concepción educacional del Estado y de la Iglesia Católica, instituciones que se han disputado facultades educacionales.</p> <p>3. Dimensión histórico pedagógica: Exige el análisis de las diversas posiciones y/o corrientes del pensamiento pedagógico universal que han influido en el proceso histórico educacional del país según haya sido su desarrollo y el carácter de demandas educacionales. Se debe tomar en consideración, en cada una de las corrientes analizadas, los fines de la educación y sus correspondientes conceptos del hombre, mundo/sociedad, conocimiento; los conceptos de escuela, educador, educando; los métodos de enseñanza/aprendizaje,</p>	<p>12. Iglesia y estado en Venezuela.</p> <p>13. Los estudios de latinidad en la escuela pública de Caracas.</p> <p>14. La educación bajo el signo de la ilustración.</p> <p>15. Documentos para la historia de la educación colonial en Venezuela.</p> <p>16. La educación primaria en caracas en la época de Bolívar.</p> <p>17. La educación venezolana bajo el signo del positivismo.</p> <p>18. Educación intelectual, moral y física.</p> <p>19. La educación venezolana bajo el signo de la escuela nueva.</p> <p>20. Labores y proyectos para la reorganización de la instrucción en Venezuela.</p> <p>21. Problemas de la educación en Venezuela.</p> <p>22. De una educación de castas a una educación de masas.</p> <p>23. El humanismo democrático y la educación.</p> <p>24. Revolución pedagógica en Venezuela: Inserción de</p>	
--	---	--	--	--	--

		<p>2.2. Pensamiento educativo ilustrado republicano. Fundamentos políticos. Principios. Fines, métodos y organización de la instrucción pública.</p> <p>2.3. Proyectos de establecimiento de un sistema general de instrucción pública general y de la instrucción popular.</p> <p>2.4. Convivencia y deslinde educacional entre el estado y la iglesia. Libertad absoluta de enseñanza.</p> <p>Unidad II. Tecnificación de la instrucción pública para la integración nacional.</p> <p>Crisis de la Venezuela rural agropecuaria exportadora y de la República liberal (1908-1945).</p> <p>1. Reforma pedagógica de la administración de la instrucción pública nacional.</p> <p>1.1. Tiranía autocrática gomecista. Integración institucional. Políticas.</p> <p>1.2. Pedagogía positivista y pedagogía tradicional.</p> <p>1.3. Propuestas y realizaciones positivistas</p>	<p>derivados de los conceptos anteriores; los proyectos de organización escolar, sistema educativo, función docente del estado y de la sociedad.</p>	<p>la educación en historia nacional.</p> <p>25. El nuevo ideal nacional.</p> <p>26. Autonomía universitaria en la UCV.</p> <p>27. la agencia educativa de la nación. Retos y desafíos de la educación venezolana en el siglo XX.</p> <p>28. Propuestas para transformar la educación.</p> <p>29. Ideas para el debate educativo.</p> <p>29. Proyecto educativo de la asociación venezolana de educación católica.</p> <p>30. La educación en Venezuela: de la escuela liberal a la escuela tecnocrática.</p> <p>31. La educación venezolana, historia, pedagogía, política.</p> <p>32. educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad.</p> <p>33. Los retos del siglo XXI.</p> <p>34. Proyecto educativo nacional.</p> <p>35. Descentralización: una alternativa de política educativa.</p>	
--	--	---	--	---	--

		<p>para la reforma del sistema de instrucción pública en Venezuela.</p> <p>1.4. Resistencia clerical al fiscalismo educacional estatal. Obligatoriedad de la enseñanza religiosa vs. La enseñanza laica.</p> <p>2. Transformación pedagógica y política de la instrucción pública nacional.</p> <p>2.1. Transición democrática. Políticas. Emergencia de participación popular.</p> <p>2.2. Pedagogía activa o Escuela Nueva y pedagogía tradicional.</p> <p>2.3. Propuestas y realizaciones de la Escuela Nueva en Venezuela.</p> <p>2.4. Oposición educativa clerical. Conflicto político educacional por la libertad de enseñanza. El estado docente.</p> <p>Unidad III. Modernización educativa para el desarrollo socioeconómico. Venezuela petrolera y urbana: entre militarismo, autoritarismo y democracia (1948 -).</p>		<p>36. El modelo tecnocrático y la educación superior en Venezuela.</p> <p>37. Definir las prioridades educacionales en el mundo en desarrollo.</p> <p>38. Prioridades educacionales en el mundo en Desarrollo.</p>	
--	--	--	--	---	--

		<p>1. El nuevo ideal nacional de la educación.</p> <p>1.1. Dictadura militar: gobierno de las juntas. Dictadura perezjimenista. Nacionalismo – Militarismo. Industrialización. Políticas.</p> <p>1.2. Pedagogía autoritaria contra la educación democrática. Comparación de fundamentos, principios, fines, métodos y organización del sistema escolar.</p> <p>1.3. Propuestas y realizaciones pragmáticas del sistema escolar.</p> <p>1.3.1. Reorientación de la educación: Nuevo ideal educativo.</p> <p>1.3.2. Reordenación administrativa y docente.</p> <p>1.3.3. Universidad sin autonomía.</p> <p>1.4. Reorientación estratégica del estado docente. Consolidación de la enseñanza privada. Conciliación de los intereses educacionales del estado y la iglesia católica.</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>2. Educar para la democracia y el desarrollo socio económico (1958 -).</p> <p>2.1. Reacción antidictorial. Democracia representativa. Gobiernos. Política. Crisis y alternativas.</p> <p>2.2. Pensamiento educativo democrático. Fundamentos, principios y fines. Educación y economía.</p> <p>2.3. Reformas y realizaciones educativas de la democracia representativa.</p> <p>2.4. Paz y alianza educacional con la educación privada. Implicaciones.</p>			
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Historia de las Ideas pedagógicas en Venezuela

APENDICE N° 57. Teoría pedagógica contemporánea

**Apéndice N° 57. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela
Componente de Formación Pedagógica
Estudios Universitarios Supervisados**

Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
<p>Teorías Pedagógicas Contemporáneas</p>	<p>El propósito de la asignatura teorías pedagógicas contemporáneas está orientado a contribuir a desarrollar en el estudiante una actitud crítica y reflexiva ante el problema pedagógico, sobre la base de la participación responsable y comprometida en el análisis de los contenidos planteados y mediante las actividades programadas.</p> <p>En este sentido, el objetivo terminal de este programa es lograr que estudiante cuente con la capacidad de analizar los distintos niveles y dimensiones del pensamiento pedagógico, en sus manifestaciones de discursos no teórico como concreción de la reflexión y práctica ideológico – política y el discurso teórico pedagógico representado</p>	<p>El contenido de esta asignatura está distribuida en tres unidades:</p> <p>Unidad I. Criterios teóricos – metodológicos para el análisis de los discursos pedagógicos.</p> <p>En esta unidad se presentan temas vinculados con la discusión de criterios teórico metodológicos para el abordaje de discursos pedagógicos.</p> <p>Los contenidos son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Relaciones y distinciones entre educación y pedagogía 2. Caracterización histórico-social de la educación y la pedagogía. 3. Criterios metodológicos para abordar el pensamiento 	<p>En la asignatura se emplea la lectura rigurosa y sistemática de los materiales impresos presentados. Los estudiantes podrán ir desarrollando las redes de categorías fundamentales que inscribe el complejo de criterios que les orientará en el esfuerzo que implica situarse en los desafíos que plantean las Unidades I, II y III del programa de esta asignatura y asumir los retos ineludibles de formación ética, crítica y autocrítica que como educadores(ras) comprometidos(as) deberán afrontar de manera creadora, constructiva y profundamente humanística.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacia una Conceptualización de la Pedagogía. 2. Educación y Pedagogía 3. La historia de los hombres. 4. La ideología alemana Ciencia con conciencia. 5. La Reflexión Pedagógica. 6. El Discurso Pedagógico No Teórico. 7. La Ideología de la Neutralidad Ideológica. 8. La Filosofía de la Praxis. 9. Poder Político y Clases Sociales en el Estado Capitalista. 10. Contribución a la crítica de la economía política. 11. Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado. 12. Educación y Sociología. 	<p>El objetivo de esta asignatura está dirigido a estimular una actitud crítica enfocada en los aspectos pedagógicos necesarios para el desarrollo de la profesión. En este sentido, se evidencia el desarrollo de un pensamiento reflexivo metodológicos que permitan el abordaje y el análisis del problema de la educación, en función de su complejidad como proceso histórico social y político-ideológico.</p> <p>En consonancia con este propósito los contenidos a ser presentados a los estudiantes están orientados a abordar tópicos para analizar la relación de la educación y la pedagogía, así como el estudio de enfoques positivistas y dialécticos crítico de la educación.</p>

	<p>por las corrientes positivista e histórico crítica en sus diversas formas de expresión.</p> <p>Los objetivos específicos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1. Definir la pedagogía en función de su carácter complejo e histórico-social y político-ideológico sobre la base de los siguientes aspectos a) el esfuerzo para abordar, interpretar y explicar la naturaleza y dinámica de la realidad educativa; b) en términos de racionalización y sistematización de las diferentes ideas e interpretaciones sobre la educación.</p> <p>2. Aplicar los criterios teórico-metodológicos que permitan el abordaje y el análisis del problema de la educación, en función de su complejidad como proceso históricosocial y político-ideológico.</p> <p>3. Aplicar criterios metodológicos al análisis de discursos práctico-</p>	<p>pedagógico: Complejidad, historicidad e Ideología.</p> <p>Unidad II. Discurso Pedagógico No Teórico. Aplicación de criterios teóricos- metodológicos en su análisis.</p> <p>En esta unidad se analiza la producción plural de discursos pedagógicos no teóricos y refiere a la aplicación de criterios teóricos metodológicos en análisis de los mismos.</p> <p>Los contenidos contemplados son los siguientes:</p> <p>1. La noción de discurso</p> <p>2. Discurso, conocimiento, poder, sociedad, sujeto.</p> <p>3. La metodología de análisis de discursos pedagógicos no teóricos.</p> <p>4. Reflexión pedagógica.</p> <p>Unidad III. Teorías Pedagógicas Contemporáneas Enfoques positivista y dialéctico crítico de la educación.</p>		<p>12. Las Reglas del Método Sociológico.</p> <p>13. Pedagogía de la autonomía.</p> <p>14. Educación, formación y utopía.</p> <p>15. Teoría y resistencia en educación.</p>	<p>Sin embargo, no se identifican temas vinculados con los aspectos audiovisuales y de la influencia que estos contenidos puedan tener en el proceso educativo.</p> <p>Sobre los aspectos metodológicos, evaluación del proceso enseñanza y aprendizaje, así como de las fuentes documentales consultadas no se identificaron aspectos vinculados a la disciplina de la educomunicación.</p>
--	---	---	--	---	--

	<p>normativos (no teóricos) de la educación.</p> <p>4. Analizar los enfoques teórico-pedagógicos: positivista e histórico-crítica, en relación con: a) como problemáticas o paradigmas específicos, desde la interpretación de sus representantes más significativos, b) el planteamiento de los principios filosóficos, sociopolíticos y epistemológico que fundamentan las perspectivas teórico pedagógicas abordadas.</p>	<p>En esta unidad se estudia la caracterización epistemológica de la producción de las teorías pedagógicas contemporáneas.</p> <p>Los contenidos desarrollados son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Caracterización del contexto. 2. Caracterización general de las tendencias y sus categorías. 3. El discurso teórico-pedagógico positivista 4. El discurso teórico-pedagógico histórico-crítico. 			
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Teorías Pedagógicas Contemporáneas

APENDICE N° 58. Artes Plásticas

Apéndice N° 58. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela					
Componente de Formación Especializada					
Mención Educación Preescolar y Primera Etapa de Educación Básica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Artes Plásticas	<p>Los objetivos generales de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar al estudiante los fundamentos teóricos metodológicos para el desarrollo de la creatividad y conciencia estética como aspectos esenciales del desarrollo. 2. Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos para el espacio de expresar y crear en las aulas del nivel de preescolar de educación inicial y primaria etapa de educación básica, atendiendo a las necesidades e intereses de los niños y niñas. <p>Los objetivos específicos del programa por unidades se enumeran a continuación:</p> <p>Unidad I:</p>	<p>Los contenidos desarrollados en esta asignatura son los siguientes:</p> <p>Unidad I. Significado de las artes plásticas en la educación</p> <p>Conceptos de artes plásticas. Las artes plásticas como herencia cultural. Significado de las artes plásticas en la educación. Las artes plásticas en los programas de educación inicial y primera etapa de educación básica. Relación de las artes plásticas con el desarrollo integral del niño y la niña. Rol del docente y el ambiente de aprendizaje en las artes plásticas. Estrategias para la atención de la expresión artística en niños y niñas.</p>	<p>Las estrategias metodológicas contempladas en la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. presentación y discusión del programa a los alumnos. 2. Lecturas vinculadas al tema de expresión artística. 3. Realización de dinámicas de grupo. 4. Visitas de observación y participación en aulas del nivel preescolar de educación inicial y aulas de la primera etapa de educación básica. 5. Revisión y análisis de los programas del nivel de preescolar de educación inicial y primera etapa de educación básica en el área de artes plásticas. 6. Lectura de bibliografía 	<p>Las fuentes recomendadas en el programa son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El museo y sus funciones, conceptos generales de museología. 2. El arte en el niño en edad preescolar. 3. Veinte años por el arte venezolano. 4. Educadores de niños en edad preescolar. 5. El niño y su arte. 6. Desarrollo de la capacidad creadora en el niño. 7. Módulos hacia el nuevo currículum. 8. Educación para el arte. 9. Libertad y creatividad en educación. 	<p>En los objetivos generales de la asignatura se identifican aspectos vinculados al sujeto creativo mencionados por José Martínez de Toda en las seis dimensiones de la educación de los medios. En el programa se destaca el propósito de estimular la resignificación de significados a través de la promoción de una conciencia estética para el desarrollo de las artes plásticas o la expresión artística de la imagen. De esta forma, los objetivos centrales de la asignatura se orientan a la creación de mensajes originales, propios y creativos.</p> <p>Por su parte, los contenidos de la asignatura están en</p>

	<p>1. Explicar la importancia de las artes plásticas en la formación del niño.</p> <p>2. Explicar el papel que juega el docente y el ambiente de aprendizaje en el desarrollo de actividades de artes con niños y niñas del nivel de preescolar de educación inicial y primera etapa de educación básica.</p> <p>3. Establecer y aplicar estrategias para la atención de cada una de las etapas de la expresión artística de niños y niñas.</p> <p>Unidad II:</p> <p>1. Establecer la vinculación existente entre las plásticas y la capacidad creadora.</p> <p>2. Diseñar y aplicar estrategias que contribuyan al desarrollo de la creatividad en el niño y la niña a través de las artes plásticas.</p> <p>Unidad III:</p> <p>1. Identificar las características específicas que integran una obra de arte.</p> <p>2. Caracterizar las manifestaciones plásticas venezolanas.</p> <p>3. Establecer estrategias que contribuyan a la formación de criterios en el</p>	<p>Unidad II. Las artes plásticas y la capacidad creadora</p> <p>Conceptos de creatividad, producción divergente vs. Producción convergente en las artes plásticas. Taxonomía de Guilford. Tipos de expresión: “propia”, “original” y “creativa”. Estrategias para el desarrollo del potencial creativo. Papel del docente.</p> <p>Unidad III. El desarrollo de la sensibilidad y discriminación estética.</p> <p>Características específicas que integran una obra de artes plásticas: color. Línea, forma, textura, proporción, perspectiva. Diferentes modos de expresión artística: pintura, escultura, cerámica. Manifestaciones plásticas venezolanas. Posibles formas de reacción ante obras de arte. Criterios para la evaluación de una obra de arte. El museo como recurso en la educación artística.</p>	<p>recomendada para casa sesión.</p> <p>7. Discusión de bibliografía consultada.</p> <p>Exposición didáctica por parte del docente.</p> <p>8. Microexposición por parte del alumno.</p> <p>9. Elaboración de material didáctico para el área de artes.</p> <p>10. Aplicación de técnicas artísticas en el aula.</p>		<p>consonancia con el propósito de estimular en los estudiantes la capacidad creadora de comunicar a través de las artes plásticas. En este sentido, los contenidos que son abordados estimulan la herencia cultural y el desarrollo de las artes plásticas como expresión artística mediante la pintura, la escultura, cerámica, dibujo, collage, estampados, decorados de papel, entres otros.</p> <p>En el marco de las estrategias metodológicas se evidencian actividades que promueven la observación, participación y creaciones de expresiones plásticas en los estudiantes, a través de dinámicas grupales.</p> <p>En las fuentes recomendadas para el desarrollo de los contenidos se identifican aspectos que motivan el diseño de estrategias pedagógicas</p>
--	---	---	---	--	---

	<p>niño para la evaluación de una obra de arte.</p> <p>4. Explicar la importancia de utilización del museo como recurso en la educación artística.</p> <p>Unidad IV:</p> <p>1. Aplicar diferentes técnicas y recursos en el trabajo de artes plástica con niños y niñas del nivel preescolar de educación inicial y primera etapa de educación básica.</p>	<p>Unidad IV. Técnicas y recursos en las artes plásticas.</p> <p>Técnicas y recursos en las artes plásticas, dibujo, pintura, dactilopintura, pintura con cuerdas, con espuma, con pitillos, estampado, collage, decolorado de papel, esgrafiado, cepillado, goteo, chorreando, imprecisión, tranzado, pespunteado.</p>			<p>por parte de los docentes en el hecho educativo.</p>
--	---	--	--	--	---

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Artes Plástica

APENDICE N° 59. Expresión verbal y literaria

Apéndice N° 59. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Componente de Formación Especializada Mención Educación Preescolar y Primera Etapa de Educación Básica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Expresión Verbal y Literaria	<p>El objetivo general de la asignatura es estudiar la expresión verbal y literaria, como una expresión esencialmente humana, donde el hombre es capaz de construir su mundo, matizarlo, recrearlo, en un contexto individual inmerso en proceso sociales y culturales, aspectos significativamente importantes para la formación integral de todo docente, sea cual sea el ambiente o institución educativa en el que éste se desenvuelva.</p> <p>Los objetivos específicos por unidad que son indicados en el programa se enumeran a continuación:</p> <p>Unidad I</p> <p>1. Caracterizar el lenguaje infantil de la edad preescolar y escolar.</p> <p>2. Determinar la presencia o ausencia de la capacidad de simbolización en la</p>	<p>A continuación se enumeran los contenidos de la asignatura:</p> <p>Unidad I. El lenguaje y desarrollo de la imaginación infantil.</p> <p>1. Lenguaje y el desarrollo del pensamiento infantil.</p> <p>2. Del lenguaje de los gestos a la expresión de la imaginación a través del mundo de las palabras.</p> <p>3. El niño y su doble lenguaje: El lenguaje concreto. Lenguaje y fantasía.</p> <p>4. La poeticidad y la narratividad presentes en el universo de la imaginación infantil y evidentes en el mundo de las palabras, de la expresión verbal del niño.</p>	<p>Las actividades y estrategias metodológicas a ser desarrolladas se vinculan directamente con el carácter teórico de la asignatura. Para iniciar se contemplan actividades específicas donde el estudiante se vincule directamente con las teorías y diferentes orientaciones de los autores a estudiar. Asimismo, se planificarán discusiones dirigidas y se organizaran plenarias de abordaje de temas, donde se considere el conocimiento teórico como la experiencia vivencial y el análisis de la realidad. Además, se plantean clases magistrales y la exposición oral.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La adquisición del lenguaje por el niño. 2. Promoción de la lectura a través de la literatura infantil en la biblioteca en el aula. 3. psicoanálisis de los cuentos de hadas. 4. Aprender a leer. 5. El arte de contar cuentos. 6. Literatura y lengua en la educación infantil. 7. Lenguaje infantil. 8. La creatividad verbal en los niños. 9. Cómo hacer a un niño lector. 10. Nuevas corrientes de la literatura infantil. 11. La literatura infantil y su problemática. 12. El desarrollo de la personalidad del niño. 13. Niños, lectura y literatura. 14. El cuento en la literatura infantil. 	<p>En los objetivos de la asignatura se identifican aspectos vinculados al sujeto creativo desde el aspecto verbal y literario en los procesos sociales y culturales del entorno en el cual se desenvuelve. De esta forma, al estudiante se le estimula en la comprensión y diseño de habilidades pedagógicas para el desarrollo de hábitos verbales, la literatura, el lenguaje infantil y la expresión artística, como procesos comunicacionales y culturales.</p> <p>De esta forma, los contenidos del programa están directamente relacionados a procesos de comunicación en la experiencia enseñanza aprendizaje a través de la expresión verbal y literaria , y los medios de información masiva.</p>

	<p>conducta verbal de los niños. 3. Analizar la influencia de las diferencias dialécticas del lenguaje infantil.</p> <p>Unidad II 1. Identificar la literatura como una expresión artística presente en distintos contextos del quehacer cotidiano. 2. Diferenciar la literatura oral de la literatura escrita.</p> <p>Unidad III 1. Ubicar la literatura infantil como un campo específico en la historia de la literatura universal. 2. Caracterizar las diferentes expresiones propias de la literatura infantil.</p> <p>Unidad IV 1. Identificar las vinculaciones existentes entre literatura, cultura y sociedad. 2. Relacionar la literatura con otras expresiones artísticas, vinculadas con diferentes procesos comunicacionales y culturales.</p> <p>Unidad V</p>	<p>Unidad II. Introducción a la literatura 1. Literatura y comunicación. 2. Literatura y vida. 3. la literatura como expresión artística. 4. la literatura y procesos socioculturales. 5. Literatura oral. 6. Literatura escrita. 7. procesos de creación. 8. Procesos de creación. 9. Algunos clásicos de la literatura universal.</p> <p>Unidad III. La literatura infantil 1. Conceptos de literatura infantil. 2. Orígenes de la literatura infantil. 3. Ética y estética de la literatura infantil. 4. La literatura infantil y literatura oral. 5. La literatura infantil y el pensamiento mágico-religioso. 6. Literatura infantil y el mundo de lo maravilloso. 7. Los géneros en la literatura infantil.</p> <p>Unidad IV. Literatura, cultural y sociedad</p>		15. La aventura de oír.	<p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la estimulación de la creatividad verbal de los estudiantes, la valoración de la literatura, el lenguaje y la lectura.</p>
--	---	--	--	-------------------------	--

	<p>1. Reconocer la importancia de la literatura como un recurso pedagógico que favorece el enriquecimiento de los diferentes procesos de comunicación en la experiencia de enseñanza aprendizaje.</p> <p>2. Desarrollar actividades y experiencias metodológicas que permitan la integración de la teoría y la práctica en función del desarrollo creativo del niño y de la satisfacción de sus necesidades lingüísticas y lecto-escritoras.</p> <p>De esta forma, los objetivos terminales son los siguientes:</p> <p>1. Comprender el proceso de desarrollo del lenguaje del niño y sus distintos hábitos verbales, analizando distintos momentos en los períodos educativos del preescolar y primera etapa de escuela básica.</p> <p>2. Determinar la importancia de la literatura infantil y sus vinculaciones con otras artes, como aspectos significativos para el desarrollo integral del hombre, y para la promoción de la animación cultural en la vida escolar.</p>	<p>1. Influencia del ambiente en el lenguaje del niño.</p> <p>2. Expresión verbal del niño y contexto sociocultural.</p> <p>Diferencias dialectales y habla infantil.</p> <p>3. Hábitos, costumbres y creencias familiares que inciden en la expresión verbal del niño.</p> <p>4. Literatura infantil y procesos socio culturales: vida cotidiana, contextos de creación y consumo de la literatura infantil.</p> <p>5. La literatura infantil y los medios de información masiva.</p> <p>6. La literatura infantil en los contextos de América latina y Venezuela.</p> <p>Unidad V. La literatura infantil en el contexto escolar</p> <p>1. La literatura y sus funciones didácticas.</p> <p>2. La literatura infantil como estímulo de los procesos psicoafectivos en los niños de preescolar y primera etapa de educación básica.</p>			
--	---	---	--	--	--

	<p>3. utilizar la literatura como una herramienta pedagógica para enriquecer los procesos de enseñanza – aprendizaje en las áreas de preescolar y primera etapa de educación básica.</p>	<p>2. La literatura y procesos creativos en el niño. 3. La literatura como expresión generadora de fantasía. 4. Actitudes y estrategias del docente como factores decisivos en los procesos de creación literaria del niño y en el proceso de sus hábitos de lectura. 6. la narración oral, una alternativa para el enriquecimiento del desarrollo verbal del niño y su vinculación con el mundo de la lectura y la literatura. 7. El arte de orientar a los niños en la creación y comentarios de textos.</p>			
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Expresión Verbal y Literaria

APENDICE N° 60. Programa de expresión psicomotriz y musical

Apéndice N° 60. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela					
Componente de Formación Especializada					
Mención Educación Preescolar y Primera Etapa de Educación Básica					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Expresión Psicomotriz y Musical	<p>Los objetivos generales de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar, comprender y valorar la importancia de la expresión psicomotriz y musical en el desarrollo integral de si mismo y del niño. 2. Diseñar, ejecutar y evaluar programas que empleen el movimiento corporal y la música como recursos para el desarrollo integral del niño preescolar y de la primera etapa de educación básica. <p>Los objetivos específicos por unidad que son indicados en el programa se enumeran a continuación:</p> <p>Unidad I. Importancia del cuerpo y el movimiento.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar el papel del cuerpo, el tono y el 	<p>A continuación se enumeran los contenidos de la asignatura:</p> <p>Unidad I. Importancia del cuerpo y el movimiento.</p> <p>El cuerpo vivido y experimentado. Conciencia del yo corporal. El movimiento como lenguaje del cuerpo. Equilibrio corporal. El tono muscular: función y regulación tónica. Papel de la respiración y la relajación en la disponibilidad corporal y el control tónico. La Escuela y el cuerpo aprendido del niño. La psicomotricidad en los programas de educación preescolar y básica.</p> <p>Unidad II. Significación de la</p>	<p>Las estrategias metodológicas contempladas en esta asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación y discusión del programa con los estudiantes. 2. Experiencias vivenciales del cuerpo a través del empleo del movimiento y la música. Conceptualización posterior de la experiencia. 3. Lecturas de concierto sobre mensajes relacionados al tema. 4. Visitas de observación y participación a aulas de niños preescolar y escolares del primer nivel de educación básica. 5. Revisión y análisis de los programas oficiales de los niveles de preescolar y educación básica en las áreas de 	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ese cuerpo es suyo. 2. Un camino hacia la experiencia total del cuerpo. 3. A la escuela con el cuerpo. 4. manual del folklore venezolano. 5. La expresión corporal, método y práctica. 6. La representación social del cuerpo en la medicina. 7. El cuerpo enseñando. 8. Encuentro con el folklore en Venezuela. 9. Vivir en su cuerpo. 10. Como hacer la educación motriz. 11. Psicomotricidad y expresión corporal. 12. Técnica de danza para niños. 13. Ciencia del movimiento. 	<p>En el programa de la asignatura expresión psicomotriz y musical se promueve la creación y la libertad, a través del desarrollo de la capacidad de la expresión corporal, la sensibilidad artística y musical del estudiante de la profesión docente para posteriormente proveerlo a sus estudiantes a través de actividades que estimulen el desarrollo integral de los niños. De esta forma, se estimula la exploración y conocimiento corporal como herramienta de expresión y comunicación.</p> <p>En relación a los contenidos de la asignatura se evidencia el estudio del lenguaje del cuerpo a través del</p>

	<p>movimiento en el desarrollo integral del niño.</p> <p>2. Explicar el papel que juega el docente y el medio ambiente de aprendizaje en el desarrollo de la expresión corporal en niños pre-escolares y de la primera etapa de educación básica.</p> <p>Unidad II. Significación de la música en el desarrollo integral del niño.</p> <p>1. Analizar el papel de la música en el desarrollo integral del niño.</p> <p>2. Analizar el rol del docente y la escuela en el desarrollo de la expresión musical en niños preescolar y del primer nivel de educación básica.</p> <p>Unidad III. Estrategias metodológicas en la educación psicomotriz y musical.</p> <p>1. Vivenciar, conceptuar y analizar las diferencias técnicas y recursos utilizados para el desarrollo psicomotriz y musical.</p> <p>2. Diseñar y aplicar un programa para el desarrollo de la expresión psicomotriz musical, en función de las necesidades e intereses de</p>	<p>música en el desarrollo integral del niño.</p> <p>La música como expresión universal de la cultura. El papel de la música en la formación estética del hombre. Elementos musicales. Ritmo, pulso, acento, melodía, canto y audición. Movimiento y dinámicas musicales. Sonidos agudos, centrales y graves. Instrumentos musicales y su clasificación. La música en los programas de preescolar y primer nivel de básica.</p> <p>Unidad III. Estrategias metodológicas en la educación psicomotriz y musical.</p> <p>1. Técnicas y recursos en la educación psicomotriz y musical. Ejercicios de exploración y conocimiento corporal: Movimientos globales y segmentarios. Experimentando el espacio y el tiempo a partir del propio cuerpo. Técnicas de respiración y relajación. Danza y ritmo. Técnicas de</p>	<p>educación psicomotriz, musical y folklore.</p> <p>6. Lectura de la bibliografía recomendada para cada encuentro didáctico.</p> <p>7. Visitas al museo del folklore.</p> <p>8. Asistencia a eventos musicales y folklóricos.</p> <p>9. Montaje de bailes, danza y juegos tradicionales.</p> <p>10. Microexposición por parte de los estudiantes.</p> <p>11. Elaboración de material didáctico para el área psicomotriz y musical.</p>	<p>14. La clónica psicomotriz.</p> <p>15. El cuerpo en el lenguaje.</p> <p>16. La psicomotricidad en el parvulario.</p> <p>17. Juego de expresión y plástica.</p> <p>18. Expresión corporal.</p> <p>19. La educación psicomotriz en el niño en edad preescolar.</p> <p>20. El cuerpo y la sociedad.</p> <p>21. Psicopedagogía de la educación motriz en la etapa de aprendizaje escolar.</p>	<p>movimiento, la conciencia del yo corporal y el control tónico. Asimismo, se estimulan técnicas de respiración, relajación, ritmo, apreciación musical y vocalización. Aspectos vinculados con los procesos de la comunicación verbal y no verbal.</p> <p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la estimulación de la expresión corporal como método y práctica del hecho comunicacional.</p>
--	--	---	---	--	--

	<p>niños en edad preescolar y primer nivel de educación básica.</p> <p>Unidad IV. Folklore 1. Explicar la importancia de las actividades folklóricas en la formación del niño. 2. Diseñar y ejecutar planes que promueven el desarrollo integral del niño utilizando las manifestaciones del folklore nacional.</p>	<p>apreciación musical y de vocalización. Repertorio de canciones infantiles. Criterios para la elaboración de material didáctico.</p> <p>Unidad IV. Folklore 1. Definición del folklore, costumbres, tradiciones. Importancia de las actividades folklóricas en la educación del niño. Relación de las actividades folklóricas y el desarrollo psicomotriz y musical del niño. Manifestaciones folklóricas en Venezuela: danzas, bailes y juegos tradicionales.</p>			
--	--	---	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Expresión Psicomotriz y Musical

APENDICE N° 61. Programa comunicación organizacional

Apéndice N° 61. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Componente de Formación Especializada Mención Desarrollo de Recursos Humanos					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Comunicación Organizacional	<p>Los propósitos generales de Comunicación Organizacional son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facilitar el autoconocimiento de las destrezas comunicacionales personales que posee el participante. 2. Sensibilizar al participante sobre la importancia de la comunicación en las organizaciones y su relación con las teorías organizacionales predominantes en contextos empresariales y educacionales. 3. caracterizar modelos y procesos comunicacionales asumidos por las organizaciones. 4. Conocer los procesos comunicacionales a través de los cuales las 	<p>Los contenidos por unidad en esta asignatura se distribuyen de la siguiente manera:</p> <p>Unidad I. la comunicación humana.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. la valoración de la persona humana en su capacidad para comunicar pensamientos, sentimientos y acciones. 2. Estructura de la comunicación humana. 3. Barreras de la comunicación humana. 4. Enfoques y modelos comunicacionales. <p>Unidad II. La comunicación en las teorías organizacionales.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La jerarquía de necesidades de Maslow y sus implicaciones para la comunicación organizacional. 	<p>La primera unidad se desarrollará a través de un taller de percepción social y comunicación humana, donde el participante compartirá una experiencia de interacción grupal que le permitirá tomar conciencia de sus destrezas comunicacionales.</p> <p>La segunda unidad tendrá un carácter teórico práctico ya que se exigirá al participante identificar y explicar las implicaciones comunicacionales derivadas de las diferentes teorías organizacionales en los casos que se presenten para ser analizados.</p> <p>La tercera y la cuarta unidades tendrán una naturaleza</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura de la magia. 2. La comunicación humana. 3. Organizaciones: Estructura y proceso. 4. El comportamiento humano en la organización. 5. Psicología de las organizaciones. 6. Aprendizaje organizacional en las organizaciones públicas. 7. La personalidad creadora. 8. Introducción a la P.N.L. 9. Constructivismo y escuela. 10. La tiranía de la comunicación. 11. Relaciones humanas en el núcleo familiar. 	<p>En esta asignatura se identifican aspectos vinculados con el área comunicacional desde la formulación de sus objetivos. En este sentido, el propósito fundamental de este programa está orientado a estudiar los procesos comunicacionales de las organizaciones, con la intención de identificar las bases teóricas, metodológicas y técnicas que los sustentan y proporcionar alternativas que contribuyan a mejorarlos cualitativamente.</p> <p>En la asignatura se estudia la comunicación como una condición humana que permite a la persona expresar ideas, opiniones, sentimientos,</p>

	<p>organizaciones se vinculan entre si.</p> <p>Los objetivos por unidades de contenidos son los siguientes:</p> <p>Unidad I. Concientizar y responsabilizar al participante sobre su propio proceso de comunicación y sobre las destrezas comunicativas que posee como persona.</p> <p>Unidad II. Proporcionar al participante un marco teórico que le permita identificar, comprender, analizar e interpretar procesos comunicacionales en el seno de las organizaciones.</p> <p>Unidad III. Facilitar en el participante la comprensión crítica de los procesos comunicacionales e informacionales que se dan en las organizaciones.</p> <p>Unidad IV. Facilitar en el participante la aplicación de los basamentos teóricos, metodológicos y técnicos</p>	<p>2. La comunicación en los modelos organizacionales y teorías de acción de Argyris y Schon.</p> <p>3. La comunicación en las organizaciones inteligentes según Peter Senge.</p> <p>4. La teoría de acción social de la escuela de Chicago y sus implicaciones para la comunicación organizacional.</p> <p>5. La teoría de acción comunicativa de Habermas y sus implicaciones para la caracterización de la comunicación en las organizaciones.</p> <p>Unidad III. 1. Bases de los sistemas de comunicación en las organizaciones: factores individuales y factores organizacionales. Los grupos y la comunicación organizacional. 2. Tipos de comunicaciones organizacionales: verticales, horizontales, ascendentes, descendentes, mixtas. 3. Problemas en las comunicaciones</p>	<p>eminente evaluativa, pues se invitará al participante a realizar un diagnóstico crítico sobre la estructura comunicacional de una organización de servicios pública o privada, así como en una escuela básica, y se le solicitará que presente alternativas que contribuyan a mejorar los patrones comunicacionales existentes en las mismas.</p>	<p>12. La quinta disciplina. 13. Psicología de la organización.</p>	<p>alternativas y acciones sobre variados temas que requieran ser abordado en la institución educativa. Es por ello, que se considera a la comunicación como un elemento socializador concreto, cuyas perspectivas involucran a la escuela y a los medios de comunicación social, los cuales condicionan la forma en las que las personas perciben sobre su entorno.</p> <p>Sobre los contenidos se identifican aspectos vinculados al estudio del hecho comunicacional y su desarrollo en las organizaciones. De esta forma, se inicia el estudio desde la comunicación humana y sus variados procesos en los modelos organizacionales. De esta manera, se estudia la comunicación en la estructura organizativa escolar para lograr de forma eficaz y eficiente el funcionamiento de la institución educativa.</p>
--	--	--	--	---	--

	<p>comunicacionales adquiridos en el contexto de organizaciones educativas.</p>	<p>organizacionales: omisión, distorsión, sobrecarga y sus posibles soluciones.</p> <p>4. Comunicación organizacional y su vinculación con políticas y estrategias de las instituciones.</p> <p>5. La comunicación organizacional: una aproximación para su evaluación.</p> <p>Unidad IV.</p> <p>1. La comunicación en la estructura organizativa escolar.</p> <p>2. Supervisión escolar y comunicación en instituciones educativas.</p> <p>3. La organización del aula y la comunicación docente alumnos.</p> <p>4. Barreras de comunicación en las organizaciones educativas: ruidos, interferencias, interrupciones.</p> <p>5. Alternativas para la comunicación organizacional eficaz y eficiente en las instituciones educativas.</p>			<p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la comunicación humana, el comportamiento humano en la organización educativa, la personalidad creadora y el constructivismo en la escuela.</p>
--	---	---	--	--	---

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Comunicación Organizacional

APENDICE N° 62. Programa diseño, producción y evaluación de medios instruccional

Apéndice N° 62. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela					
Componente de Formación Especializada					
Mención Desarrollo de Recursos Humanos					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales	<p>El objetivo general de esta asignatura contempla diseñar, producir, utilizar y evaluar diversos medios instruccionales para la educación formal y no formal.</p> <p>Los objetivos por unidades de contenidos son los siguientes:</p> <p>Unidad I. Relaciones entre diseño de instrucción, taxonomías de medios, realización y evaluación de medios.</p> <p>Unidad II. Caracterizar los diversos componentes de la comunicación audiovisual.</p> <p>Unidad III. Determinar los principios básicos y técnicas de la elaboración de guiones</p>	<p>Los contenidos por unidad en esta asignatura se distribuyen de la siguiente manera:</p> <p>Unidad I. Diseño de instrucción, clasificación y evaluación de los medios instruccionales.</p> <ol style="list-style-type: none"> Modelos de diseño instruccional y diseño de medios. Aprendizaje y comunicación. Historia, medios y taxonomías. Criterios para la selección de medios instruccionales. Evaluación de medios instruccionales. <p>Unidad II. La comunicación audiovisual.</p> <ol style="list-style-type: none"> Comunicación audiovisual: Semiótica de la imagen, lenguaje 	<p>Para el desarrollo de las diferentes unidades de este programa se realizaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> Exposiciones, orientaciones y asesoramiento del docente en el proceso de enseñanza. Discusiones y dinámicas grupales por parte de los alumnos con la finalidad de presentar los diversos proyectos. Informes escritos. elaboración de proyectos para diseñar, producir y evaluar: presentaciones, videos y micros radiofónicos. Invitados especiales. Visitas a centros de producción. Trabajo en estudio de TV y Radio. 	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> El diseño de instrucción y su aplicación en el diseño de medios. Dos modelos para la producción y evaluación de materiales instruccionales. Diseñar y enseñar. Teoría y técnica de la programación y del proyecto docente. Estructuras de información. Diseño de la instrucción, teorías y modelos. Un nuevo paradigma de la teoría de la instrucción. Tres acercamientos a la educación. Los medios de la comunicación y la tecnología educativa. 	<p>En esta asignatura se aborda el papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, donde convergen en el desarrollo de medios instruccionales. De esta forma, se estimula en los futuros docentes una alfabetización a través del estudio de diferentes medios, su elaboración, interactividad, aplicación en diversos métodos de instrucción y su implantación en sistemas de enseñanza. Desde este enfoque se promueve en el futuro docente el desarrollo de habilidades y destrezas para diseñar, producir, usar y evaluar diferentes medios instruccionales utilizando el lenguaje audiovisual en áreas específicas de la</p>

	<p>para diversos medios audiovisuales.</p> <p>Unidad IV. Diseñar, producir y evaluar medios visuales para la enseñanza.</p> <p>Unidad V. Diseñar, producir y evaluar medios sonoros para la educación.</p> <p>Unidad VI. Señalar las aplicaciones y usos de los medios audiovisuales: cine, televisión y video.</p> <p>Unidad VII. Identificar las aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación.</p>	<p>kinésico, lenguaje oral, lenguaje escrito, lenguaje audiovisual, lenguaje sonoro, la animación, la esquemática.</p> <p>2. Lectura de las imágenes: percepción, imagen fija e imagen en movimiento, la ilusión de la realidad. El espacio visual: la composición, la luz, el color.</p> <p>3. Información subliminal: historia de la información subliminal, estructura de un mensaje subliminal, los blancos preferidos de lo subliminal, lo subliminal en el arte, lo subliminal en la música, lo subliminal en la publicidad, lo subliminal en la guerra psicológica.</p> <p>4. Tecnologías digitales en la producción de medios: Registro analógico y digital, animaciones, infografía.</p> <p>Unidad III. El proceso de guionización para los medios.</p> <p>1. El lenguaje audiovisual: escalas de planos, tomas, ángulos y movimientos de cámara, escenas, secuencias, signos de puntuación.</p>		<p>9. Tecnología y medios educativos.</p> <p>10. La realidad manipulada.</p> <p>11. Información audiovisual, orígenes, conceptos e identidad.</p> <p>12. Información audiovisual, los géneros.</p> <p>13. Teoría y práctica de los medios de enseñanza.</p> <p>14. Técnicas de infografía, variables creativas metodológicas en el desarrollo de la imagen digital.</p> <p>15. Introducción a la tecnología audiovisual.</p> <p>16. La imagen y comunicación funcional.</p> <p>17. Tecnología educativa, educar para la sociocultura de la comunicación y el conocimiento.</p> <p>18. La tiranía de la comunicación.</p> <p>19. Digitalismo, el nuevo horizonte sociocultural.</p> <p>20. Guionismo.</p> <p>21. De la creación al guión.</p> <p>22. El manual del guionista.</p> <p>23. El guión substancia del cine.</p>	<p>comunicación y la educación.</p> <p>En los contenidos de esta asignatura se identifican aspectos directamente relacionados a la comunicación audiovisual, donde los participante estudian tópicos sobre la semiótica de la imagen, la comunicación verbal y no verbal, lectura de las imágenes, información subliminal y las tecnologías digitales. Asimismo, los procesos de guionización para los medios visuales y auditivos y el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación en el hecho educativo.</p> <p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a las tecnologías educativas</p>
--	---	--	--	---	---

		<p>2. Estructura narrativa del discurso audiovisual: construcción del discurso, el tiempo y el espacio, plano, escena, secuencia, signo de puntuación, el montaje.</p> <p>3. El uso del lenguaje audiovisual en la redacción de guiones: escribir con imágenes.</p> <p>4. Los guiones según los géneros: características del guión según el medio seleccionado.</p> <p>5. La idea, el argumento, la sinopsis. Guiones: literario, didáctico, gráfico y técnico.</p> <p>6. Práctica en la elaboración de guiones.</p> <p>Unidad IV: Los medios visuales.</p> <p>1. Características, ventajas y limitaciones de los diferentes medios visuales.</p> <p>2. Diseño, producción y evaluación de rotafolios, transparencias y presentaciones.</p> <p>Unidad V. Los medios auditivos.</p> <p>1. Imágenes sonoras: sonido, música y narración, el lenguaje</p>		<p>24. Como ser guionista del cine, radio y televisión.</p> <p>25. Elaboración de transparencias para la enseñanza.</p> <p>26. Planificación y producción de materiales audiovisuales. Aprendizaje mediante el retroproyector.</p> <p>27. El retroproyector, técnicas de proyección y preparación de transparencias.</p> <p>28. la imagen radiofónica.</p> <p>29. La audiovisión.</p> <p>30. En el dial de mi pupitre. Las ondas, herramienta educativa.</p> <p>31. Estructura de la información radiofónica.</p> <p>32. Así se crean programas de radio.</p> <p>33. Imagen, video y educación.</p> <p>34. Manual de cinematografía.</p> <p>35. La cámara de televisión y su operatividad.</p> <p>36. técnicas de realización y producción en televisión.</p> <p>37. Técnicas de montaje cinematográfico.</p>	<p>y su diseño instruccional, donde se realizan acercamientos por conocer los elementos del lenguaje audiovisual de los medios y sus técnicas o procesos de producción desde los objetivos educativos.</p>
--	--	--	--	---	--

		<p>sonoro (tiempo y espacio).</p> <p>2. Los formatos radiofónicos.</p> <p>3. El guión radiofónico.</p> <p>4. La producción radiofónica.</p> <p>5. Audioconferencias, aplicaciones en la enseñanza, pedagogía del sonido.</p> <p>6. Producción de micros radiofónicos.</p> <p>Unidad VI. Los medios Audiovisuales.</p> <p>1. Los géneros del cine y la televisión.</p> <p>2. La industria cultural, el consumo, información, educación y democracia.</p> <p>3. Usos del cine, la televisión y el video en la enseñanza. Los medios frente a la escuela, el maestro, los medios de comunicación y la comunidad educativa.</p> <p>4. La dirección y producción de videos.</p> <p>5. Equipo humano para la producción.</p> <p>6. Técnicas operativas, elementos de apoyo para la producción de videos.</p> <p>7. La elaboración de un plan de producción.</p> <p>8. Proceso de realización de un video:</p>		<p>38. El lenguaje de las imágenes en movimiento.</p> <p>39. teoría y práctica del cine y la televisión en la investigación científica, la enseñanza y la divulgación.</p> <p>40. Manual de producción de televisión.</p> <p>41. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la educación.</p> <p>42. la biblia del multimedia.</p> <p>43. Nuevas tecnologías de comunicación.</p> <p>44. Realidad virtual.</p> <p>45. Diseño en la web.</p> <p>46. Los mundos artificiales generados por el ordenador que modificaran nuestras vidas.</p> <p>47. El poder multimedia.</p>	
--	--	--	--	--	--

		<pre>preproducción, producción y postproducción. Unidad VII. Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la educación. 1. Conceptos y características de las tecnologías de la información y la comunicación. 2. Aplicaciones e interactividad en las tecnologías de la información y la comunicación en la educación. 3. El futuro de Internet y los sistemas multimedia en la enseñanza.</pre>			
--	--	---	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales

APENDICE N° 63. Programa sistemas de información

Apéndice N° 63. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela					
Componente de Formación Especializada					
Mención Desarrollo de Recursos Humanos y Diseño y Gestión de Proyectos Educativos					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Sistemas de Información	<p>Los objetivos generales de esta asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Construir la imagen de un educador capaz de identificar los procesos de información de la cual sociedad de la información y del conocimiento. 2. Desarrollar competencias en el manejo de la información en los educadores que trabajan en el sistema educativo formal, en el social y en el organizacional. <p>Los objetivos específicos por unidades de contenidos son los siguientes:</p> <p>Unidad I.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los conceptos utilizados para el análisis de la sociedad de la información y del conocimiento. 2. Discutir los indicadores de la sociedad de la información y del 	<p>Los contenidos por unidad en esta asignatura se distribuyen de la siguiente manera:</p> <p>Unidad I. Términos básicos sobre sociedades de la información y el conocimiento.</p> <p>La primera unidad es de naturaleza conceptual y crítica que le permitirá al estudiante contextualizar los términos básicos que explican el surgimiento de las sociedades de la información y del conocimiento.</p> <p>Los conceptos básicos a ser estudiados son los siguientes: Conocimiento, generación del conocimiento, comunicación, datos, base de datos, manejo de datos, organización en red, información, fuentes</p>	<p>En el desarrollo de la asignatura se realizará énfasis en la utilización de la experiencia vivencial que posea el estudiante sobre el tema. De esta forma, se trabajará con proyectos grupales e individuales. La dinámica del proceso de enseñanza y aprendizaje se elaborará a través de la participación permanente y activa de los estudiantes en la construcción del conocimiento y en la resolución de problemas, a través de las investigaciones que los mismos realicen. La vinculación teórica y práctica es fundamental durante el desarrollo del contenido.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigaciones de la comunicación. 2. Desarrollo del talento humano basado en competencias. 3. El capital intelectual. 4. La era de la información. 5. La red. 6. Políticas y economía de la cultura en Venezuela. 7. Organización, conocimiento, competencias y aprendizajes. 8. Las competencias en las organizaciones del siglo XXI. 9. La transición hacia la sociedad del conocimiento. 10. La sociedad de la información. 11. Metodología de la investigación cuantitativa. 	<p>En el objetivo de esta asignatura se identifica el estudio de la información como una competencia necesaria a desarrollar en los educadores para trabajar en función del sistema educativo formal, en lo social y en el organizacional.</p> <p>En los contenidos se identifica un estudio de la naturaleza conceptual y crítica sobre el surgimiento de las sociedades de la información y del conocimiento. Asimismo, se le brinda a los participantes aspectos teóricos y metodológicos sobre los modelos de desarrollo de competencias para el manejo de la información, criterios de selección, valorización de las fuentes,</p>

	<p>conocimiento en Venezuela.</p> <p>3. Conocer los modelos de Sistemas de Información y aplicarlos adecuadamente en las organizaciones y procesos especializados en el desarrollo de los recursos humanos y en el diseño y gestión de proyectos educativos.</p> <p>Unidad II.</p> <p>1. Describir el modelo de desarrollo de las competencias para el manejo de la información.</p> <p>2. Preparar al estudiante para el proceso de investigación con el desarrollo de las competencias para el manejo de la información.</p> <p>Unidad III.</p> <p>1. Identificar y focalizar las herramientas técnicas para la organización de la información.</p> <p>2. Jerarquizar y valorizar los contenidos de información.</p> <p>Unidad IV.</p> <p>1. Diseñar instrumentos y herramientas para procesar la información: tablas, gráficos, base de datos,</p>	<p>de información, gestión de la información, gestión del conocimiento, globalización, signos y símbolos, sistemas de información, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, tecnologías de la información y de la comunicación.</p> <p>Unidad II. Modelo de desarrollo de competencias para el manejo de la información</p> <p>Los contenidos son los siguientes: problemas de investigación, necesidades de información, instrumentos de detección de necesidades de la información. Clasificación de la información, unidades y fuentes de información.</p> <p>Unidad III. Recursos de la información</p> <p>Los contenidos a ser desarrollados son los siguientes: Estrategias de búsqueda de información. Mapas territoriales de la</p>		<p>12. Gestión de la información de las organizaciones.</p> <p>13. La inteligencia artificial en la era electrónica.</p> <p>14. Informe sobre desarrollo humano.</p> <p>15. La sociedad de la información en Venezuela.</p> <p>16. Hacia las sociedades del conocimiento.</p> <p>17. Informe mundial sobre la información.</p>	<p>procesamiento de contenidos, y producción de conocimientos.</p> <p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican tópicos vinculados a la sociedad de la información, políticas y economía de la cultura, gestión de la información de las organizaciones, entre otros.</p>
--	--	---	--	--	---

	<p>cuestionarios, entrevistas, entre otros.</p> <p>2. Desarrollar competencias para la clasificación, organización y jerarquización de la información.</p> <p>Unidad V.</p> <p>1. Interpretar y analizar los datos de la información.</p> <p>2. Redactar y presentar la información bajo formatos diversos de comunicación de la investigación.</p> <p>3. producir conocimientos y transferir el aprendizaje.</p>	<p>información. Criterios y selección de la información.</p> <p>Valorización de las fuentes y de los contenidos de la información. Búsqueda selectiva de contenidos en la red de internet.</p> <p>Unidad IV. Procesamiento de la Información.</p> <p>Entre sus contenidos se encuentran:</p> <p>Instrumentos y herramientas para procesar la información: tablas, base de datos, cuestionarios, entrevistas, entre otros.</p> <p>Clasificación.</p> <p>Organización y jerarquización de la información.</p> <p>Unidad V. Producción de conocimientos y selección de técnicas para la transferencia del aprendizaje.</p> <p>Los contenidos son los siguientes:</p> <p>Representación de la información, técnicas y métodos de escritura, técnicas de tratamiento del formato del texto, difusión y estrategias</p>			
--	--	---	--	--	--

		para el manejo de las tecnologías de apoyo para la transferencia del conocimiento. Técnicas y dinámicas de grupos.			
--	--	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Sistema de Información

APENDICE N° 64. Programa introducción a las ciencias sociales

N° 64. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Estudios Universitarios Supervisados					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Introducción a las Ciencias Sociales	<p>El objetivo general de la asignatura está orientado a aproximar a los participantes al conocimiento y uso crítico de los conceptos básicos y primarios de las ciencias sociales, sobre la base de los grandes paradigmas teóricos del estructural funcionalismo y el marxismo o materialismo histórico.</p> <p>Los objetivos integrales de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir, comparar críticamente entre sí y hacer uso en los contextos de su discurso académico actual – a un nivel general, básico y primario de los dos enfoques teóricos más comunes y relevantes al presente en el campo de las ciencias sociales, cuales son el estructural funcionalismo 	<p>Los contenidos de esta asignatura están distribuidos en las siguientes unidades:</p> <p>Unidad I. Teoría estructural funcional.</p> <p>Tema 1. El sistema social:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistemas de acción. El concepto de sistema social. 2. Componentes estructurales del sistema social (roles, colectividades, normas, valores). 3. Cambio social y cultural. 4. Evolución social: Segmentación social, especificación normativa. <p>Tema 2. La sociedad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Subsistema económico. Función de 	<p>En las estrategias y actividades metodológicas para el desarrollo de los contenidos planteados se contemplan la recomendación de lecturas guiadas, clases magistrales, utilización de preguntas generadores, entre otros.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la sociología general. 2. La teoría sociológica. 3. Sociología. 4. teoría y estructuras sociales. 5. Sociología de la educación. 6. La sociedad. 7. La teoría sociológica de Talcott. 8. la sociedad perspectivas evolutivas y comparativas. 9. La estructura económica de la sociedad. 10. Iniciación al vocabulario del análisis histórico. 11. Introducción a la sociología histórica marxista. 	<p>En la asignatura no se identifican aspectos vinculados sobre la disciplina de la educación para los medios, sin embargo, se estimula en los estudiantes el análisis funcional y el análisis dialéctico en cuanto a metodologías diferenciales para abordar al conocimiento de la realidad social.</p>

	<p>y el marxismo o materialismo histórico.</p> <p>2. Estimular que el estudiante este consciente y sepa ver en las diversas teorías sociales que ha abordado, herramientas intelectuales que le permitan ir abasteciéndose de los conocimientos necesarios tanto para su propia reflexión crítica como para su desempeño adecuado y significativo, en cuanto investigador y futuro profesional, en el contexto de su realidad socioeducativa concreta.</p> <p>Los objetivos orientadores de la asignatura son los siguientes:</p> <p>1. Caracterizar en términos generales básicos y primarios la teoría estructural funcional del sistema social y de la sociedad.</p> <p>2. Caracterizar en términos generales básicos y primarios la teoría marxista o materialismo histórico.</p> <p>3. Identificar el lugar y la función diferenciales que en la explicación de los fenómenos societarios ocupan y desempeñan respectivamente, lo ideológico-cultural y lo</p>	<p>adaptación. Factores de la producción.</p> <p>2. Subsistema político. Función de gratificación: alcance de metas colectivas. La coerción.</p> <p>3. Comunidad societaria. Función de integración. Su forma moderna: La nación.</p> <p>4. Mantenimiento de patrones. Función de latencia. Subsistemas: Télico, comunidad moral, cognitivo, constitutivo.</p> <p>Unidad II. Teoría Marxista.</p> <p>Tema 1. Estructuras y relaciones sociales:</p> <p>1. Economía y clases sociales. Relaciones de producción. Relaciones sociales de producción.</p> <p>2. Lo ideológico cultural. Regiones o formas de existencia: arte, ciencia, derecho, filosofía, moral, entre otros.</p> <p>3. Lo político y el Estado. El lugar del Estado en lo político. Funciones del Estado.</p>		<p>12. Los conceptos elementales del materialismo histórico.</p> <p>13. Los conceptos elementales del materialismo histórico.</p> <p>14. economía política.</p> <p>15. La concepción materialista de la historia</p> <p>16. La dialéctica marxista y el principio de contradicción.</p> <p>17. la dialéctica como ciencia y como método.</p> <p>18. Elementos para el análisis de los sistemas sociales.</p> <p>19. Jerarquía cibernética de las funciones.</p> <p>20. Introducción a la sociología histórica marxista.</p>	
--	---	---	--	---	--

	<p>económico en las teorías: estructural – funcional y discontinuista materialista o marxista.</p> <p>4. Contrastar entre sí, el análisis funcional y el análisis dialéctico en cuanto metodologías diferenciales para abordar el conocimiento de la realidad social.</p> <p>5. Sobre la base de la caracterización de las problemáticas epistemológicas empirista y discontinuista materialista, localizar a este nivel, las diferencias más significativas entre la teoría estructural funcional y marxista.</p>	<p>Tema 2. Formación social y teoría de la historia:</p> <p>1. Modo de producción y formación social. Principales modelos teóricos.</p> <p>2. La historia. El problema de la transición de un tipo histórico de formación social a otro.</p> <p>Unidad III. Un estudio comparado. Teorías estructural funcional y marxista:</p> <p>Tema 1. Supuestos epistemológicos y metodológicos</p> <p>1. Epistemología: Empirismo y discontinuismo materialista.</p> <p>2. Metodología: El análisis estructural funcional y el análisis dialéctico.</p> <p>Tema 2. El problema de la determinación en última instancia.</p> <p>1. La jerarquía cibernética de los sistemas de acción. Sistemas culturales y sistema social.</p>			
--	--	---	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Introducción a las Ciencias Sociales

APENDICE N° 65. Programa técnicas de documentación e información

Apéndice N° 65. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Estudios Universitarios Supervisados					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Técnicas de Documentación e Información	No se especifican.	<p>Los contenidos de esta asignatura están distribuidos de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Orientación inicial y significado de la investigación documental. 2. Formulación y planificación de la investigación documental. 3. Recolección, selección y fijación de la información. 4. Análisis y organización de la información. 5. Resultados y comunicación. 	<p>Las estrategias y actividades contempladas son propias de los procesos de la educación a distancias, a través de clases presenciales de asesorías y evaluación, así como lecturas recomendadas, desarrollo de investigación, uso de herramientas web.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Técnicas de investigación bibliográfica. 2. Manual de estilo de publicaciones de la Asociación Americana de Psicología. 3. La investigación documental bibliográfica. 4. Cómo hacer un proyecto de investigación. 5. Técnicas de investigación documental. 	<p>En la asignatura no se identifican aspectos vinculados directamente sobre la disciplina de la educación para medios, sin embargo, se le brindan a los estudiantes herramientas para el acceso a variadas fuentes de información para el desarrollo de los procesos educativos.</p>

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa técnicas de documentación e información

APENDICE N° 66. Programa de psicopedagogía

Apéndice N° 66. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Estudios Universitarios Supervisados					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Psicopedagogía	<p>Los objetivos generales de la asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar los conceptos básicos de la psicología del desarrollo. 2. Identificar la influencia de los factores genéticos y ambientales en el desarrollo infantil. 3. Describir las distintas posturas teóricas en la psicología del desarrollo humano. 4. Describir las características globales de los niños de 0 a 6 años por áreas del desarrollo. 5. Reflexionar sobre la importancia de los cambios evolutivos de los niños de 0 a 6 años en los escenarios convencionales y no convencionales. <p>Los objetivos específicos por unidades de contenidos son los siguientes:</p> <p>Unidad I.</p>	<p>Los contenidos planificados son los siguientes:</p> <p>Unidad I. Introducción al desarrollo humano:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El estudio del desarrollo humano y sus antecedentes históricos. 2. Precisiones conceptuales: psicología del desarrollo, maduración, aprendizaje y desarrollo. 3. Características del desarrollo. 4. Métodos y diseños de investigación en psicología del desarrollo: diseño longitudinal, diseño transversal y diseño secuencial. <p>Unidad II. Teorías del desarrollo humano.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perspectiva psicoanalítica. 2. Perspectiva de la teoría del aprendizaje. 3. Perspectiva cognitiva. 	<p>Las estrategias contempladas para desarrollar esta asignatura son las siguientes: Clases presenciales, lecturas guiadas, elaboración de ensayos, pruebas.</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo del niño y del adolescente. 2. La ecología del desarrollo humano. 3. La psicología evolutiva de Jean Piaget. 4. Explicaciones sobre el desarrollo humano. 5. De la lógica del niño a la lógica del adolescente. 6. Desarrollo psicológico. 7. Psicología del niño. 8. La formación del símbolo en el niño. 9. Problemas de psicología genética. 10. Desarrollo humano: una visión del ciclo vital. 11. Teorías vigentes sobre el desarrollo humano. 12. El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. 	<p>En la asignatura no se identifican aspectos vinculados sobre la disciplina de la educación para los medios, sin embargo, se estimula en los estudiantes la comprensión del desarrollo humano y los diferentes factores que inciden en el mismo.</p>

	<p>1. Analizar la definición de psicología del desarrollo y su aproximación histórica.</p> <p>2. Analizar los conceptos de desarrollo, maduración y aprendizaje.</p> <p>3. Identificar las características del desarrollo humano.</p> <p>4. Explicar los métodos y diseños de investigación utilizados en psicología del desarrollo.</p> <p>Unidad II.</p> <p>1. Describir las diferentes teorías del desarrollo humano.</p> <p>2. Comparar las diferentes teorías del desarrollo humano.</p> <p>3. Reflexionar sobre las implicaciones educativas de las teorías del desarrollo humano.</p> <p>Unidad III.</p> <p>1. Describir el desarrollo neurológico, perceptivo y psicológico durante la etapa prenatal.</p> <p>2. Analizar el efecto de la influencia de factores ambientales y hereditarios sobre el desarrollo humano.</p> <p>3. Describir los diferentes aspectos que caracterizan al neonato.</p>	<p>4. Perspectiva sociocultural.</p> <p>5. Perspectiva etológica.</p> <p>6. Perspectiva ecológica.</p> <p>Unidad III. Desde la concepción hasta el nacimiento.</p> <p>1. Desarrollo prenatal: desarrollo neurológico, perceptivo y psicológico, proceso de nacimiento.</p> <p>2. Desarrollo postnatal.</p> <p>Unidad IV. Desarrollo psicológico en los dos primeros años de vida: Infancia.</p> <p>1. Crecimiento físico y salud.</p> <p>2. Hitos del desarrollo motor.</p> <p>3. Habilidades perceptivas y de las memorias tempranas.</p> <p>4. Desarrollo cognitivo.</p> <p>5. Fases del desarrollo de la comunicación infantil.</p> <p>6. Orígenes de la vida social y emocional.</p> <p>7. El apego.</p> <p>8. Las relaciones con los iguales.</p> <p>Unidad V. Desarrollo psicológico entre los 2 a</p>			
--	--	---	--	--	--

	<p>Unidad IV.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar el crecimiento físico de los dos primeros años de vida. 2. Describir los diferentes hitos del desarrollo motor. 3. Explicar las diferentes habilidades perceptivas y de memoria temprana. 4. Describir las secuencias y los logros del periodo sensorio motriz. 5. Describir las conductas lingüísticas del niño de 2 a cero años. 6. Explicar el vínculo de apego y sus repercusiones en el desarrollo afectivo y social del niño. 7. Inferir las implicaciones educativas relacionadas con el desarrollo psicológico del niño de 0 a 2 años. <p>Unidad V.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar el desarrollo físico de la niñez intermedia. 2. Describir los diferentes hitos del desarrollo motor. 3. Explicar la evolución de la grafomotricidad. 4. Describir las secuencias y logros del periodo preoperacional. 5. Describir el desarrollo de la memoria. 	<p>6 años: Niñez temprana.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo físico y motor. 2. Evolución de la grafomotricidad. 3. Desarrollo lingüístico 4. La inteligencia preoperatoria. 5. Desarrollo del autoconcepto y la autoestima. 6. Desarrollo del género. 7. El juego. 8. Los procesos de identificación. 9. El desarrollo de la conciencia moral. 			
--	---	--	--	--	--

	<p>6. Describir las conductas lingüísticas del niño de 2 a 6 años.</p> <p>7. Explicar el vínculo de apego y sus repercusiones en el desarrollo afectivo y social del niño.</p> <p>8. Analizar la evolución de la conciencia moral.</p> <p>9. Describir la importancia del proceso de identificación sexual en la construcción del yo.</p> <p>10. Inferir las implicaciones educativas con el desarrollo psicológico del niño de 2 a 6 años.</p>				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Psicopedagogía

APENDICE N° 67. Programa de relaciones interpersonales

Apéndice N° 67. Registro de Programas de las Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela Estudios Universitarios Supervisados					
Asignatura	Objetivos	Contenidos	Estrategias y actividades	Fuentes recomendadas	Indicadores vinculados a la Educación para los Medios
Relaciones Interpersonales (Electiva)	<p>Los objetivos generales de esta asignatura son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar los estilos de relación familiar y su incidencia en el establecimiento de relaciones interpersonales efectivas en el ámbito personal-social y educativo. 2. Definir a la autoestima, su importancia y características; así como, reconocer la influencia del entorno familiar, social y educativo en el desarrollo y fortalecimiento del autoconocimiento y valoración personal. 3. Analizar el proceso de la comunicación humana como fenómeno complejo y multifactorial, identificando los diversos estilos y barreras de la comunicación y sus implicaciones en la 	<p>Los contenidos programáticos de la asignatura son los siguientes:</p> <p>Unidad I. La relación interpersonal en la familia.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. la familia y estilos relacionales. 2. Relación familia y escuela. <p>Unidad II. El ser en relación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Autoestima: concepto, importancia y desarrollo. 2. La persona en relación. 3. La persona en relación con el contexto social. <p>Unidad III. La comunicación humana y educativa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo comunicacional. 2. Barreras y estilos de comunicación. 	<p>Para la consecución de los objetivos y tratamiento de los contenidos, se plantean diferentes tipos de estrategias, técnicas y medios instruccionales; a objeto de promover en el(a) estudiante el desarrollo de procesos cognitivos de tipo comprensivo, evaluativo, reflexivo y creativo. Entre las estrategias de enseñanza y aprendizaje se proponen las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) enseñanza: la discusión guiada, actividad focal, actividades generadoras, mapas conceptuales y organizadores previos; b) aprendizaje: el subrayado, el parafraseo, la elaboración de inferencias, resúmenes y redes semánticas. <p>Igualmente, se sugiere</p>	<p>Las lecturas sugeridas de la asignatura son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La familia y la educación del venezolano. 2. Familia y escuela: padres y profesores. 3. El Valor de educar. 4. Autoestima del venezolano. 5. El proceso de la comunicación. 6. El estilo de comunicación y su presencia en el aula de clase. 7. Comunicación y relaciones humanas. 8. Escuela, comunicación y pedagogía crítica. 9. Libertad y creatividad en educación. 10. Relaciones humanas en el núcleo familiar. 11. La violencia escolar y la prevención del conflicto. 	<p>En el objetivo general de la asignatura se identifican aspectos vinculados a las relaciones interpersonales en los ámbitos personales y sociales del campo educativo. De esta forma, se estudian tópicos sobre las relaciones sociales y la comunicación humana y educativa. Es por ello, que se promueve en los futuros educadores aspectos relacionados a los procesos del docente como mediador en los grupos de estudio.</p> <p>En las estrategias metodológicas se identifica un carácter teórico y práctico de la asignatura.</p> <p>En las fuentes recomendadas se identifican temas relacionados con la</p>

	<p>interacción humana y educativa.</p> <p>4. Describir el papel del docente como mediador de la interacción relacional del grupo escolar.</p> <p>5. Desarrollar un conjunto de habilidades y estrategias específicas para mejorar la comunicación y las relaciones interpersonales educativas; que contribuyan a potenciar los procesos de enseñanza y aprendizaje y el desarrollo integral del educando.</p> <p>6. Valorar la comunicación humana y las relaciones intra e interpersonales como elementos fundamentales en la optimización de los procesos de enseñanza y aprendizaje.</p>	<p>3. Comunicación educativa y destrezas comunicativas del educador.</p> <p>Unidad IV. El docente como mediador relacional del grupo.</p> <p>1. Grupo humano. Principios básicos de actuación de grupo.</p> <p>2. resolución de conflictos y toma de decisiones.</p> <p>3. Docente como mediador.</p>	<p>el uso de las técnicas de enseñanza y medios instruccionales subsiguientes: a) técnicas: conferencia y exposición, lluvia de ideas, juegos de roles, lectura comentada, estudios de casos y cineforo; y b) medios: hojas de ejercicios, bibliografías impresas y electrónicas, presentaciones en Power-Point (PPT), videos y el uso de los recursos que ofrece las TICs.</p> <p>La evaluación será sistemática, continua y ajustada a lo establecido en el Reglamento de Evaluación de la Escuela.</p>	<p>12. Dinámica de grupos y educación: Fundamentos y técnicas.</p> <p>13. Resolviendo conflictos en la Escuela.</p> <p>14. La resolución de conflictos en el aula</p> <p>15. Pedagogía de la Paz.</p> <p>16. La comunicación en los centros educativos: un estudio de caso.</p> <p>17. Las relaciones interpersonales en la Educación</p> <p>18. El proceso de mediación: estrategias prácticas para resolver conflictos.</p> <p>19. La comunicación pedagógica.</p>	<p>comunicación , la escuela y la pedagogía crítica.</p>
--	---	--	---	--	--

Fuente: Pensum 1996. Escuela de Educación. Programa Relaciones interpersonales

APENDICE N° 68.- Cuestionario de entrevista grupal para estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela

Objetivo: Identificar aspectos vinculados sobre la educomunicación televisiva en los programas de formación de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Universo de estudio: Estudiantes de la Escuela de Educación del séptimo al décimo semestre de la Universidad Central de Venezuela.

Muestra: 7 estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela cursantes del séptimo al décimo semestre de las menciones de desarrollo de recursos humanos, educación preescolar y primera etapa de educación básica, diseño y gestión de proyectos educativos y estudios universitarios supervisados.

Cuestionario de la entrevista grupal

Inicio de la actividad y la grabación: Salutación, presentación del moderador de la sesión, explicación general del objetivo de la entrevista grupal y presentación de los participantes (Duración: 5 minutos).

Breve explicación sobre la educación para los medios y la lectura crítica de los contenidos que son difundidos a través de la televisión (Duración: 5 minutos).

Preguntas por objetivo:

1.- Objetivo: Conocer el nivel de información que poseen los estudiantes de la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela sobre la visión crítica a partir de los contenidos impartidos en los programas de las carreras.

Preguntas:

1.- ¿Usted cree que los medios de comunicación social de forma internacional responden a algún tipo de interés? ¿Cuál?

2.- ¿Usted cree que en Venezuela la televisión responde a algún tipo de interés? ¿Cuál?

3.- ¿Según su opinión la televisión presenta creencias y posturas de cómo ver la vida? ¿Cuáles?

4.- ¿Usted cree que la televisión puede imponer creencias, conductas y posturas de cómo ver la vida?

5.- ¿Usted cree que los medios de comunicación intentan influir en la conducta y actitudes del espectador? ¿Cómo? ¿Cuándo?

2.- Objetivo: Estudiar si los estudiantes están al tanto de las labores que se desempeñan en el medio televisivo y los efectos que producen en la sociedad.

Preguntas:

1. -¿Usted cree que el educador tiene alguna responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en el medio televisivo? ¿Cuál?

2.- ¿Usted como futuro educador asume una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo?

En caso afirmativo de la pregunta anterior, realizar la siguiente pregunta:

3.- ¿Cree usted que se debe incentivar a los estudiantes de la Escuela de Educación a tener una visión crítica?

3.- Objetivo: Conocer el interés que despierta en los estudiantes de la Escuela de Educación el tema de la visión crítica de los mensajes transmitidos a través de la televisión.

Explicación breve sobre el concepto de percepción crítica

Preguntas:

1.- ¿Considera que su labor requiere de una visión crítica de la programación televisiva? ¿Por qué?

2.- ¿Usted considera que en la Escuela de Educación ofrece un espacio formativo para desarrollar una visión crítica frente a los contenidos que son difundidos por la televisión? ¿Cuál? ¿Cuál ha sido su experiencia?

En caso negativo a la pregunta anterior,

3.- ¿Cómo calificaría que la Escuela de Educación ofreciera a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica de la programación de la televisión?

APENDICE N° 69.- Cuestionario de entrevista grupal para estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela

Este instrumento fue revisado por Dra. Ruth Díaz Bello (UCV)

Objetivo: Identificar aspectos vinculados sobre la educomunicación televisiva en los programas de formación de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Universo de estudio: Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social del séptimo al décimo semestre de la Universidad Central de Venezuela.

Muestra: 7 estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela del séptimo al décimo semestre que cursan asignaturas de la cátedra de televisión.

Cuestionario de la entrevista grupal

Inicio de la actividad y la grabación: Salutación, presentación del moderador de la sesión, explicación general del objetivo de la entrevista grupal y presentación de los participantes (Duración: 5 minutos).

Breve explicación sobre la educación para los medios y la lectura crítica de los contenidos que son difundidos a través de la televisión (Duración: 5 minutos).

Preguntas por objetivo:

1.- Objetivo: Conocer el nivel de información que poseen los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela sobre la visión crítica a partir de los contenidos impartidos en los programas de las carreras.

Preguntas:

1.- ¿Usted cree que los medios de comunicación social de forma internacional responden a algún tipo de interés? ¿Cuál?

2.- ¿Usted cree que en Venezuela la televisión responde a algún tipo de interés? ¿Cuál?

3.- ¿Según su opinión la televisión presenta creencias y posturas de cómo ver la vida?
¿Cuáles?

4.- ¿Usted cree que la televisión puede imponer creencias, conductas y posturas de cómo ver la vida?

5.- ¿Usted cree que los medios de comunicación intentan influir en la conducta y actitudes del espectador? ¿Cómo? ¿Cuándo?

2.- Objetivo: Estudiar si los estudiantes están al tanto de las labores que se desempeñan en el medio televisivo y los efectos que producen en la sociedad.

Preguntas:

1. -¿Usted cree que el comunicador social tiene alguna responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en el medio televisivo? ¿Cuál?

2.- ¿Considera usted que el comunicador social contribuye al fortalecimiento de las creencias, conductas y posibles manipulaciones del medio televisivo?

3.- Desde su opinión, ¿el comunicador social puede influir en las audiencias a través de la televisión?

4.- ¿Usted como futuro comunicador social asume una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo?

En caso afirmativo de la pregunta anterior, realizar la siguiente pregunta:

5.- ¿Cree usted que se debe incentivar a los estudiantes de la Escuela de Comunicación social a tener una visión crítica?

3.- Objetivo: Conocer el grado de interés que despierta en los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social y de Educación el tema de la visión crítica de los mensajes transmitidos a través de la televisión.

Explicación breve sobre el concepto de percepción crítica

Preguntas:

1.- ¿Considera que su labor requiere de una visión crítica de la programación televisiva? ¿Por qué?

2.- ¿Usted considera que en la Escuela de Comunicación Social ofrece un espacio formativo para desarrollar una visión crítica frente a los contenidos que son difundidos por la televisión? ¿Cuál? ¿Cuál ha sido su experiencia?

En caso negativo a la pregunta anterior,

3.- ¿Cómo calificaría que la Escuela de Comunicación Social ofreciera a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica de la programación de la televisión?

APENDICE N° 70. Lista de participantes entrevista grupal Escuela de Educación

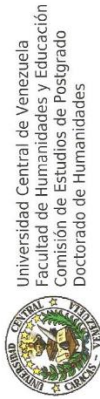


Proyecto de Investigación: Análisis de la pedagogía televisiva de la educación universitaria en Venezuela.
Objetivo: Identificar aspectos vinculados sobre la educación televisiva en los programas de formación de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Lista de Participación en Focus Group de Estudiantes de la Escuela de Educación

Nombre y Apellido	C.I	Teléfono	Correo electrónico	Firma
Benike Parra	1351451	04127228603	benicepe@gmail.com	
Stephany Goncalves Venero	23710209	04242189151	stephanygoncalves12@gmail.com	
Andréska Plata	23000483	04122958852	andreska_s_b@hotmail.com	
Jorleyda Rojas	22180561	04242534841	jorleyda11@gmail.com	
T. Daniela Girardillo V	21615809	0-1242162965	daniagram93@hotmail.com	
CRISTEN TORRES M	6864823	04265202924	cristen.torres.morcano@gmail.com	
AGOSTA HERNANDEZ, WILSA	17.772.149	04143005901	aleinad216@gmail.com	

APENDICE N° 71. Lista de participantes entrevista grupal Escuela de Comunicación Social



Proyecto de Investigación: Análisis de la pedagogía televisiva de la educación universitaria en Venezuela.
Objetivo: Identificar aspectos vinculados sobre la educación televisiva en los programas de formación de las Escuelas de Comunicación Social y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Lista de Participación en Focus Group de Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social

Nombre y Apellido	C.I	Teléfono	Correo electrónico	Firma
David Guerrero	20872745	0412322268	d.g742@hotmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Betania Malho	24805598	0412 7251608	Betania.Malho@gmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Kenia Hernández	19510468	0426 2805831	kenia3001@hotmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Angéles Penabazca	19.711.363	0412 9922548	vanezza15@hotmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Ramón Barreto	20 589669	0416 7172416	ramn.barreto@gmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Neyda Urbiez	18189283	04168184764	neci.vibaez@hotmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>
Yenire Salas	192951098	0416476931	yensal15@hotmail.com	<i>[Handwritten Signature]</i>

**APENDICE N° 72.- Transcripción de entrevista grupal de estudiantes de la
Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela**

Fecha de ejecución: 23 de julio de 2014.

Duración: 46 minutos.

Contexto

Salutación

Presentación del moderador

Breve explicación sobre la educación para los medios y la lectura crítica de los contenidos que son difundidos a través de la televisión (Duración: 5 minutos).

¿Usted cree que los medios de comunicación social de forma internacional responden a algún tipo de interés? ¿Cuál?

CR

Los medios de comunicación responden a un interés de la propaganda, a la publicidad, que busca vender para llegar a un grupo cautivo. Yo te doy la propaganda “Nb” y te la repito y te la repito y ya a la quinta vez tú quieres saber de qué se trata o quieres comprar el producto. Es una manera de vender el producto de una forma rápida y meterla por todos los sentidos, los oídos y por el gusto, porque a veces hasta saboreas lo que están pasando ahí. Porque las programaciones, lo que hemos visto allí, son cortas, donde pasan 3 minutos de programación y como 10 minutos de propaganda.

DG

Yo creo que no solamente es la publicidad, dependiendo del canal va a depender el contenido que se transmita, ahora bien responden a intereses de una compañía o pueden ser a interés político. Por ejemplo, hay canales para hacer entretenimiento. Por ejemplo, mi madre los llama “canales para hacer estúpidos” porque a veces hacen tantos chistes y tantos chistes para que todo sea graciosos, pero siempre va tener una connotación,

dependiendo de cómo este hecho ese chiste va determinar algo, entonces siempre va a ver un interés, puede ser político, puede ser empresarial, puede ser el de la publicidad, aparte siempre va a depender de quien lo realiza.

Si hablamos de Sony o HBO, de HBO se desprenden muchos grupos, HBO, Warner, Animal, Cinemax, y todos estos canales responden al interés del dueño de los canales, al interés políticos y dependiendo de los interés políticos. Por ejemplo, en los EEUU se nota en los medios las tendencias republicanas y demócratas en sus contenidos y marcan también el tipo de publicidad. Y todo va a ser en función del tipo de audiencia que van a ver esos canales.

JR

Si es cierto que los medios responden a varios tipos de intereses. Desde mi punto de vista es el económico a pesar que se presentan variedades de contenidos y hasta canales dirigidos a bebés, pero siempre está marcado el interés económico.

AM

Cada canal posee un interés porque cada canal quiere captar a un público y se agarra de allí para sus contenidos. Por ejemplo Fox estudia su audiencia y pasan comedias y en las noches series de acción y en medio de ellas ponen la publicidad.

SG

Yo también creo que es un interés económico, pero también de las necesidades de las personas. Lo que quieren ver y responden a un interés para poner de moda series de comedias, series de acción, series de vampiros. Los medios buscan una conexión con las personas, y si ven que a la gente les gusta las comedias o series como “Se ha dicho”, donde le resuelven sus problemas y la gente ve como la tía le pega al otro, es como que buscan una conexión con las personas para que los vean.

BP

Estoy de acuerdo con ellas a que responden a interés publicitarios y políticos y ellos lo que hacen es estudiar a la audiencia y tratar de satisfacer lo que supuestamente la gente desea. Porque allí se vende lo que supuestamente tu quieres ser o debes desear, y crean necesidades que ellos le están dando respuesta. Es una cadena.

LA

Estoy de acuerdo que el predominio del interés de los medios es comercial, ellos tienen q vender para poder mantenerse. Ellos tienen q vender comedias, acción y de acuerdo al público q va a estar dirigido, así lo hace Discovery Ki, Warnner y el interés es comercial, es el dinero para sustentarse con eso.

**¿Usted cree que en Venezuela la televisión responde a algún tipo de interés?
¿Cuál?**

CT

En el caso venezolano, yo tengo más edad que ustedes, y puedo ver una gran diferencia, en mi época moza yo veía televisión y en la actualidad hay una diferencia. Yo ahora no veo los canales venezolanos. Veo de vez en cuando Globovisión y si quiero ver algo muy puntual observo Televen para ver el punto de vista de Televen, y veo Venezolana de Televisión y después a Venevisión y después yo hago mi punto crítico. Porque dependiendo de la cadena televisiva hay una tendencia política muy marcada. Los que están a fines del Gobierno te van a plantear todo lo positivo del Gobierno y los que están en contra van a mostrar lo negativo del Gobierno. Hay dos bandos. Hay programas como 100 % Venezuela que te muestran como es la situación para que tú tomes tu propio criterio, pero acá en Venezuela está muy bien marcado la parte política, económica y lo que el Gobierno quiere que sea la sociedad, tomando en cuenta lo que son los principios patrios desde el punto de vista de ellos, de lo que ellos consideran. Por ejemplo, hablan del imperio que acorraló a Salvador Allende, que es la última campaña del Gobierno. Por eso no veo casi televisión. Lo veo unos 30 segundos y después lo cambio. La edad que tengo me ha hecho crearme un punto crítico en que puedo ver que es bueno y esto es malo. Como puedo ver que la Ley de Educación actual que poseemos me parece excelente, lo que me parece malo es como la estamos

aplicando. Una cosa es la realidad y otra es la ejecución. A eso es que me refiero, hay cosas que son positivas, pero si dejamos la política al lado y ser sólo venezolanos, y tener una sociedad próspera, una Venezuela creciente en la industria, tecnología y comercio y veo que estamos retrocediendo, me doy cuenta que lo que me están diciendo no es cierto.

DG

Coincido con la compañera cuando plantea lo de la publicidad y la propaganda y que los medios de comunicación se están moviendo en un sistema político, ya sea de un lado o del otro. Tristemente ya no lo veo solamente a la parte económica porque antes veníamos las propagandas y hasta se sabía la canción. Pero ahora está ocurriendo más el rechazo que la aceptación. En el caso de los medios de comunicación como la radio y la televisión la aceptación puede ser masiva porque dependiendo de la inclinación política la gente seguirá o no al medio. Comparto lo que dice la compañera, Yo tampoco aguanto ver la televisión nacional porque no hay un punto de equilibrio, unos me hablan bien o otros me hablan mal. Los medios están netamente politizados tanto de un lado como del otro. La política es algo evidente en los medios y la propaganda también.

JR

Yo coincido que los medios responden a intereses políticos, pero en algunos programas de opinión o los noticieros y allí reflejan la postura política. Pero yo considero que la televisión estudia a su audiencia y también le dan mucha importancia a los programas de entretenimiento y farándula, para crear imágenes y modelos.

BP

Ese es un objetivo de los medios en la Sociedad modelar. Modelar la actitud de la sociedad. Por eso la política utiliza a la televisión porque saben el alcance que tiene y la receptividad que tiene. ¿Por qué donde no hay una televisión? ¿Cuántos televisores no hay en una casa? En la actualidad puede haber un televisor para cada persona. Entonces es modelar la actitud de la sociedad y decirle que deben pensar.

AM

Yo también te diría que lo principal es el interés políticos, sin embargo, también existe el interés comercial porque no se van a dejar de vender la publicidades y los productos, al igual que la parte social, como las publicidades de la Empresa Polar, donde se muestra más lo que se ha hecho que el patrocinio de un determinado productos. Como por ejemplo, el patrocinio a la vinotinto, eso también se ve en otras empresas u otro producto de comida como el pan oficial de las mises, donde va acompañado lo comercial con lo social.

SG

Bueno a mí particularmente me llama mucho la atención cuando la televisión está tan politizada y eso se ven en los programas. Novelas por ejemplo donde se podía tomar temas políticos y la gente lo tomaba con cierto humor, ya eso no se puede hacer ahora. Por eso las novelas de todos los canales lo que muestran es el amor entre una chama o un chamo.

LA

Si los canales nacionales están politizados, aunque en un pasado existían canales como Globovisión, Venevisión es más pasivo y Televen es menos marcado, aunque presentan 100% Venezuela, un programa donde reflejan la realidad donde no hay docente por ejemplo, pero en el horario que lo difunden quizás no lo puede ver todo el mundo. Y creo que los medios si crean estereotipos para definir lo aceptable de las personas, por ejemplo, valoran más el cabello liso que el crespo. Los medios deben ser más equilibrados para mostrar las cosas.

**¿Según su opinión la televisión presenta creencias y posturas de cómo ver la vida?
¿Cuáles?**

Las participantes respondieron como afirmativa ante esta pregunta y realizaron los siguientes comentarios.

AM

Fíjate lo que pasan en un comercial, lo que desean es fijar estereotipos de cómo debe ser la persona, del modelo de persona que está dentro de lo aceptado: Pelo liso, mujeres delgadas, preferiblemente blancos.

SG

Mujeres operadas, mujeres con vestidos muy cortos y provocativos.

BP

Vender, pero eso depende los valores de las persona, para que uno no caiga y crea ciegamente en todo lo que presentan. Mi madre compraba todo lo que vendían por los medios. La televisión afecta a las personas que no están preparadas o conocen al medio. Yo soy lo contrario, yo no creo en lo que presentan en la televisión.

JR

La sociedad tiene muchas problemas culturales y los medios no están interesados en que se solventes más bien hacen que las personas sigan con los problemas y le presentan cosas que le puedan dar una solución temporal a esa problemática para que se sientan mejor. Por ejemplo, los mensajes de responsabilidad social como la del ahorro energético que tienen un interés político y que la gente no se da cuenta porque se presenta de una forma que no es tan directa. Por ejemplo, la campaña “Somos la que Queremos” de Venevisión presenta formas de vida.

LA

La televisión todo lo maneja como un show, por ejemplo Súper Sábado Sensacional, el drama para todo, el llanto, la manipulación o belleza.

¿Usted cree que la televisión puede imponer creencias, conductas y posturas de cómo ver la vida?

Todas las participantes respondieron que “sí y eso no se puede poner en duda y que depende de la gente que vea la televisión”.

¿Usted cree que los medios de comunicación intentan influir en la conducta y actitudes del espectador? ¿Cómo? ¿Cuándo?

Todas las participantes respondieron que “sí” y que ya habían comentado que la publicidad y los contenidos difundidos tienen responsabilidad en los procesos de conductas y actitudes. Y que la influencia puede iniciar desde que se observa el contenido.

¿Usted cree que el educador tiene alguna responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en el medio televisivo? ¿Cuál?

BP

Yo creo que los medios de comunicación deben estar preñados de educadores, porque le dieran otro contexto o sentido a su programación que de repente les ayudaría a vender más. Que los patrocinantes le exijan vender a través de la publicidad, presentar contenidos a las personas que las identifique con sus raíces sin dejar de lado la globalización, porque no sólo es la televisión, también está el internet. También están estos programas estadounidenses que colocan aplausos y no hay nada chistoso para nosotros porque eso no es de nuestra cultura. Ese sería el papel del educador, dar elementos para que los contenidos también sean educativos.

JR

Yo pienso que las posibilidades del educador es promover el pensamiento crítico de los contenidos que presenta la televisión y no dentro de la industria televisiva. Porque es un problema cultural que está ligado netamente a lo económico, lo ideal es plantear que las escuelas formen el pensamiento crítico. Es responsabilidad del educador motivar el pensamiento crítico en nuestras clases. Que les permita a los niños ver de otra forma a la televisión, la música y las redes sociales.

Por otro lado, es de destacar que se deben analizar cómo en la publicidad se utiliza el escenario escolar como el jamón plumrose, pero es con otro sentido, el de vender algo que no tienen un real beneficio. Por esta razón, también los educadores pueden formar a los que hacen los contenidos de los medios para que sean mejores.

AM

Estoy de acuerdo que en la escuela se debe iniciar el pensamiento crítico, pero también que un educador de oficio pueda formar parte para la información que salga por la televisión, consciente que siempre va existir el interés económico. El docente tiene métodos para hacer llegar el mensaje y enseñar.

SG

Yo creo que la labor no sólo debe quedarse en la escuela, el docente debe estar en capacidad de enseñar que no sólo es negro y blanco, sino que hay una gama de grises. Y que los estudiantes tienen una gama de información para identificar si es real y que no se queden con una sola parte de la información.

LA

Estoy de acuerdo con lo expresado por las compañeras.

¿Usted como futuro educador asume una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo?

Todas respondieron que sí, pero comentaron que disfrutaban la compañía del medio y algunos de sus contenidos.

BP

La visión del educador es grupal. Uno quiere dejar una huella y transformar muchas cosas. Tenemos que tener una visión crítica no solo hacia los medios sino hasta en el salón de clase para poder evaluar diferentes escenarios y aceptación a todo lo que se puede encontrar y cómo debe ser manejado.

¿Cree usted que se debe incentivar a los estudiantes de la Escuela de Educación a tener una visión crítica?

Todas respondieron que “Totalmente”

BP

Yo opino que puede ser un eje transversal.

JR

Yo creo que si no puede ser transversal que se empiece a motivar desde el principio de la carrera. El cambio va estar en los educadores en formación porque es muy difícil cambiar la mentalidad de los docentes que ya están en el aula. Tenemos así la oportunidad de formarnos para promover un pensamiento crítico.

Aunque nosotros hemos tenido esa motivación en la escuela, donde a pesar que en varias materias no está ese contenido en el programa los profesores lo asumen y motivan el pensamiento crítico, el sistema perceptivo, el objetivo de la publicidad.

SG

Nosotros acá también en la materia de sistemas de la información nos han motivado un pensamiento crítico, pero ello depende del docente.

BP

Eso a mí me pasó en la asignatura de sociología. Y que nuestros docentes están claros que existe esa necesidad y la asumen en varios contenidos de sus asignaturas.

AM

Si y es necesaria.

¿Considera que su labor requiere de una visión crítica de la programación televisiva? ¿Por qué?

AM

Yo considero que sí, porque la televisión se relaciona con el entorno de la escuela. Todo el mundo ve la televisión. Es usar la televisión para educar.

BP

Si por lo que hemos hablado la televisión influye en nuestro modelo de sociedad.

SG

Claro y así descubrir las intenciones de la televisión en la sociedad.

JR

Si y hasta esta en la Ley. Todo es para ayudar en la formación de una mejor cultura para nuestro país.

LH

Creo que si por todo lo que hemos hablado.

¿Usted considera que en la Escuela de Educación ofrece un espacio formativo para desarrollar una visión crítica frente a los contenidos que son difundidos por la televisión? ¿Cuál? ¿Cuál ha sido su experiencia?

BP

Yo creo que sí. Aquí hay personas conscientes de que lo que los medios representan y han tratado desde su punto de vista de mostrárnoslo. En las asignaturas que mencionamos anteriormente: Sociología, Sistemas de Información, teoría de la comunicación, entre otros., quizás ha sido básico pero si ha existido la intención.

JR

Si se ha dado, como comente en la asignatura que vi anteriormente.

AM

Claro que sí, en sistema de información y allí han motivado de una forma bien tolerante que veamos las cosas desde diferentes aspectos.

HL

Sí, pero dentro de variados contenidos y que han dependido del docente que las dicta.

SG

Sí, pero el escenario que comente anteriormente.

¿Cómo calificarían que la Escuela de Educación ofreciera a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica de la programación de la televisión?

SG

Yo considero como positivo, pero una materia de este tipo debe ser más práctica que teórica.

BP

Me parece muy bien, pero que incluya el análisis del discurso, la escenografía, y que los ejercicios sean multiplicadores para que vayan a la casa, al hogar y que los estudiantes puedan ver más allá.

SM

Me parece que una asignatura como esta podría brindarle más herramientas pedagógicas al educador.

JR

Es pertinente porque ayudaría al educador y a los estudiantes a entender este mundo y no sólo de la televisión sino de otros medios que también influyen.

LH

Si sería súper útil en el ejercicio profesional y ser conscientes de los estereotipos y los extremos que presentan los medios. Hay que superar las cosas.

APENDICE N° 73.- Transcripción de entrevista grupal de estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

Fecha de ejecución: 31 de julio de 2014.

Duración: 30 minutos.

Contexto:

Salutación

Presentación del moderador

Breve explicación sobre la educación para los medios y la lectura crítica de los contenidos que son difundidos a través de la televisión (Duración: 5 minutos).

¿Usted cree que los medios de comunicación social de forma internacional responden a algún tipo de interés? ¿Cuál?

DG

Si manejan intereses y lo llevo a un plano directo que es el que más identifico que cuando las cadenas de televisión forman parte del aparato del Estado, no es lo mismo que va a transmitir la Voce Belle que lo que transmitirá la BBC acerca de un conflicto económico y político si llegará a suscitarse. Creo que como operadoras del estado velan por los intereses de un país determinado.

BM

No solamente desde ese sentido, si no a través de las series, por ejemplo están orientados a una tendencia específica, fulano es bueno, fulano es malo, nosotros

estamos del lado correcto y el otro es el enemigo. Esto no sólo se transmite a través de series sino a través de películas y después son reproducidas constantemente a través de los canales de televisión y es algo que es repetitivo. Con temas políticos específicos que se repiten una y otra vez.

KH

Yo lo que creo es que los canales de televisión internacional lo que más manejan es el interés económico, es monetario. Lo que transmiten, a ellos no les interesa transmitir educación, programas que eduquen, sino programas que vendan. Lo que tenga mayor raiting, no importa si educa o no. Si entretiene, si eso no tiene los valores correcto no importa si es lo que vende y lo que transmiten.

AP

Yo pienso igual que ellas dos y que buscan lo monetario, más que educar. Si vemos las series son más de humor, son nulísimas. Que no nos hacen reír nada. Pero vende. Yo sí creo que persiguen es eso.

NU

Yo creo totalmente que los medios de comunicación son medios para vender, pero no para transformar y hacer énfasis en cultura y en educación en los niños. Totalmente.

RB

¿Puedo usar un ejemplo? Bueno yo diría que si hay intereses, y yo diría que hay interés por un estatus, en el cual yo como medio quiero que me vean a mi más que el otro. Por ejemplo, hace poco, la cadena de noticias de Atlantín de los Estados Unidos demandó al New York Time porque supuestamente Atlantín usó fotos falsas sobre el caso de Gaza, ahorita en el conflicto con Israel. Después el mismo Atlantín se excusó y dijo que no era cierto de que New York Time había puesto fotos falsas. Cuando fue quien inició la demanda. Por eso causan polémica para que sean seguidos por las audiencias y desinformar.

YS

Yo respaldo lo que ellos dijeron.

¿Usted cree que en Venezuela la televisión responde a algún tipo de interés?

¿Cuál?

Todos respondieron al mismo tiempo: Político totalmente.

KH

No importa la tendencia política que tengan, siempre respaldarán a sectores políticos.

RB

Yo también deseo agregar que económico, a través de los sistemas de ventas y publicidad.

¿Según su opinión la televisión presenta creencias y posturas de cómo ver la vida?

¿Cuáles?

BM

También venden más cosas de afuera que lo venezolano, porque la gente ya tiene esa mentalidad de que lo nacional no es bueno y que lo venezolano le da al cliente algo muy básico. Entonces no creo, básicamente es eso que aquí ese foco que debería tener la televisión hacia el televidente se perdió hace mucho tiempo. Ya no está mostrando algo cultural o educativo para tener a la gente sin meterse con la gente a criticar o a ofender o cosas que no tengan nada interesante o algo que decir sino que simplemente bueno, quiero venderlo, me gusta y bueno, vamos a ver si los entretiene, así sea burlándose de los demás. Nos hemos acostumbrado a eso.

KH

Los medios también presentan ideologías del Gobierno, mucha política.

AP

Yo diría que el mayor de los problemas es ese, la red nacional de medios como sabemos está controlada en su mayoría o la totalidad por el estado y entonces eso hace que se conviertan en aparatos propagandísticos del Estado. Por eso vemos como difunden que el Gobierno es bueno, hace cosas buenas, el Gobierno etcétera. Ósea independientemente que sea cierto o no, el medio es utilizado, osea es usado como una herramienta de propaganda constante.

DG

Secundo lo de Neida y segundo quiero agregar que se trata de un tema que si hablamos de ideología, esta por un lado la política propagandística y por el otro no sé si podría caer en ideología, pero la adoración a lo banal a través de la programación de variedades y qué tipo de variedades, no hay un verdadero programa de cultura, no hay una verdadera alternativa a otra cosa que no sea vanidad, vanidad en el deporte, vanidad en la música, vanidad en el arte, vanidad en el espectáculo, en todo los contenidos.

NU

Claro, yo creo que el enfoque político, como lo han dicho, todo lo usan para su conveniencia, yo pienso que eso siempre ha sido así. Dejan de lado lo que no es

importante en los programas. Si es un canal televisivo se debe informar y tratar que tu público se sienta bien y trate de no aburrirse con tanta publicidad a su público.

YS

Yo creo que toda ideología es política porque por un lado tratan de hacerle propaganda al estado y por el otro ocultar la realidad del país. Por ejemplo, el estado está todo bien y difunde una cosa que no tiene nada que ver con la realidad que uno está viviendo en la calle.

RB

Más allá de una ideología política, yo diría es una ideología político partidista porque podemos ver como en los canales del Estado, poniendo ejemplo VTV ha profundizado demasiado en el área de estar profundizándose en actores políticos, como en todos los programas se menciona al Comandante Supremo de la Revolución, todos los programas, más que cayéndose en lo político es partidista.

¿Usted cree que los medios de comunicación intentan influir en la conducta y actitudes del espectador? ¿Cómo? ¿Cuándo?

RB

Si manipulan y lo peor del caso es que el televidente se deja. Porque los medios pueden y quieren, pero más allá de eso el espectador es el que se deja porque hay un pequeño número de personas, público en Venezuela que están conscientes de lo que está ocurriendo en el país.

BM

Yo creo que manipulan a partir de las necesidades que tiene el espectador. El hecho de la situación económica, la situación de violencia que está viviendo el país, el hecho es que la gente sabe, la gente lo vive, la gente tiene que hacer colas interminables para comprar un litro de leche, hay personas que hacen colas larguísimas y hay personas de clase humilde que vengan y digan que es lo mejor que está pasando comprar los productos un poco más costosos haciendo colas.

O por el simple hecho que digan que no le importa. O por el simple hecho que el Comandante no esté mi Presidente Maduro está haciendo todo lo posible o lo mejor en el país y un simple comentario que hice a una señora de que debemos ponernos en los zapatos de las otras personas.

Lo manipula por la representación o lo que representa Hugo Chávez Frías en la población, hay que reconocerlo que Chávez fue un fuerte líder y de esa forma van captando a la audiencias.

KH

Yo diría que siguiendo lo que ella expreso, efectivamente a través del liderazgo de Chávez. Es un liderazgo que promete la renovación del contrato social, y entonces una vez que el murió lo único que se hace es recordar su imagen porque el simplemente es lo que encarna en el pueblo para esa realidad y es lo que se ha logrado con el efecto propagandístico.

Otra cosa que yo creo y que es súper astuta y es que le ponen a las personas informaciones por ejemplo “que en un pueblo x del Zulia se ha realizado un mercal”. De esta forma le dicen a la gente que estamos haciendo algo por el pueblo y se está renovando el contrato social.

DG

También se manipula a través de la omisión de contenidos. Exacto. Lo que ella decía a pesar de que la realidad no se ve en las pantallas, esa realidad de las colas en la morgue y las colas para comprar cosas. No se visibiliza. Eso forma parte de la manipulación.

AP

Es que como ellos tienen el poder por así decirlo de los canales televisivos. No todos pueden promover lo que ellos quieren y saben que si no hacen lo que el Gobierno quiere te pueden hasta cerrar el canal. Pero yo creo que eso va más allá de manipular. Me pongo yo de ejemplo y creo que no es tan fácil lo de manipular. Si te llegan hablando y hablando y te ponen a una persona diciendo que no está pasando nada y vez el contraste. Yo creo que ya es de tu parte si te dejas manipular. Pero si existe la manipulación como la persona que movió las masas y nos puso a sufrir todo lo que estamos sufriendo.

NU

Yo creo que a través del lenguaje, los medios que no poseen la misma línea que la del estado utilizan el mismo estilo para comunicarse con el público. Creo que envían el mismo mensaje. Por ejemplo ustedes viven en la miseria por culpa de otros del pasado. Y nosotros vamos a reivindicar y nosotros los vamos a hacer salir adelante, pero no es algo que se ve en la realidad, es solo un lenguaje. Un mensaje que se transmite, y que se mantiene, en todos los canales y no se televisa la realidad.

¿Usted cree que el comunicador social tiene alguna responsabilidad frente a los contenidos que son difundidos en el medio televisivo? ¿Cuál?

Todos respondieron al mismo tiempo afirmativamente y vincularon la responsabilidad del comunicador social hacia la producción y la información que se difunde a través de la televisión.

¿Considera usted que el comunicador social contribuye al fortalecimiento de las creencias, conductas y posibles manipulaciones del medio televisivo?

DG

Yo creo que sí, porque a pesar que un comunicador social trabaje para un medio no está en la obligación, en el aspecto humano, no está en la obligación de hacer o decir de lo que va en contra de sus principios.

BM

El comunicador es el que tiene el contacto directo con la realidad, digámoslo de esa forma, desde el punto de vista del periodismo informativo que tal vez trata más con la gente por la elaboración de reportajes y trata con la gente en la calle.

Que es central y que tiene un solo enfoque el cual es informar a la gente. Tal vez yo puedo tener una inclinación como periodista y puedo estar tentada a lo que dice más la oposición o bueno en cierta medida ellos reflejan algo que está pasando, pero no puedo dejarme llevar por una preferencia política. Quizás se pueden ver tentados por ejemplo a respaldar lo que sustenta la oposición porque ellos reflejan lo que está pasando, pero no me puedo dejar llevar por una preferencia política solamente porque ellos sustentan que tienen la razón.

En cierto modo esto es como un contrapunteo. Yo no puedo colocar soportes falsos porque también estoy atentando con lo que yo deseo decir. Mi función como periodista es tratar de decir lo que está pasando. Tratar de manejar la información a favor de la gente que accede a esa información, pero no manipularla a mi favor o a favor de algo, porque al fin y al cabo yo no gano nada porque estoy perdiendo credibilidad y estoy perdiendo principios, y estoy atentando contra aquello que la gente puede confiar en mí y lo que yo le pueda decir. Porque si no estoy manipulando lo que la gente puede pensar o decir.

KH

Yo creo que el comunicador tiene toda la responsabilidad porque es el encargado de llevar el mensaje, se comunica con el público, ellos no están escuchando una grabadora,

ellos están viendo a una persona, que debería ser equilibrada, y que no debería estar orientada ni para un lado ni para el otro.

AP

Estoy de acuerdo con lo que han dicho ellas porque el comunicador es el que lleva la información y también debes tener algo de ética, sobre tu trabajo, sobre lo que te gusta.

Y no decir una información falsa, porque a ti te están pagando un sueldo, porque si vamos a tal caso, muchos de VTV que hacen su programa simplemente no tiene un título de licenciatura, entonces que van más de algo de la ética, es querer pararse delante de la sociedad y mentirle sabiendo que lo estás haciendo. Es ética y moral.

RB

El periodista en todo caso debería ceñirse a los hechos. Es lo mismo que yo hable del presidente Hugo Chávez, al líder supremo de la revolución y empiecen a adjetivar y a colocar una cantidad de subjetividades que no vendrían al caso ni para dar la información ni para aclarar que estás haciendo propaganda. Esta situación responde a lo que hemos estado conversando aquí.

NU

El proyecto político se ha convertido como en una clase de genio creativo a la hora de creer, escoger y encantar con lo que dicen. En estos días leí una noticia con una compañera que escribió una nota sobre una familia súper feliz porque le habían dado su casa después de haber vivido tantos años en pésimas condiciones. Porque no decir las contrapartes de las cosas que se informan. ¿Cuáles son las dos caras del asunto? ¿Cuál es el criterio para desarrollar la actividad periodística? O es que sólo está quedando en los manuales de estudio.

TS

Yo también estoy de acuerdo con lo que dicen, porque el periodista se ha autocensurado totalmente, ya el periodista va apegado a las líneas editoriales de la empresa y lo que se divulga es lo que ellos comentan, es lo que ellos digan y lo digo con toda propiedad porque conozco personas de Venezolana de Televisión que la información que se difunde allí es través de lo que se decide en las mesas de trabajo. La ética queda en duda y lo que en la licenciatura también se ve, donde muchos trabajadores no están preparados en el trabajo periodístico. Y también en Globovisión se observa esta realidad.

Desde su opinión, ¿el comunicador social puede influir en las audiencias a través de la televisión?

Todos respondieron que si al unisonó. Y alegaron que ya esta pregunta la habían respondido en el punto anterior, donde se evidencia que dependiendo de los contenidos y la forma en que se presente se puede influir en la percepción de las personas.

¿Usted como futuro comunicador social asume una visión crítica ante los medios de comunicación, en especial el televisivo?

Los participantes empezaron a opinar de forma general que la visión crítica debe partir desde la educación inicial y familiar. Adicionalmente, manifestaron que esa visión crítica en el comunicador debe realizarse desde lo que se produce y también desde afuera cuando es difundido.

En caso afirmativo de la pregunta anterior, realizar la siguiente pregunta:

¿Cree usted que se debe incentivar a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social a tener una visión crítica?

Todos respondieron que si es necesario que se estimule una visión crítica en el ejercicio de la profesión porque eso garantizará calidad en los contenidos producidos y respeto a las audiencias.

¿Usted considera que en la Escuela de Comunicación Social se ofrece un espacio formativo para desarrollar una visión crítica frente a los contenidos que son difundidos por la televisión? ¿Cuál ha sido su experiencia?

BH

Yo diría que no en su totalidad.

El resto de los compañeros respaldaron al mismo tiempo esta afirmación.

DG

Gradualmente no ocurre frecuentemente, por ejemplo en la cátedra de televisión, yo vi televisión I y allí no realizamos análisis crítico a nuestra labor o de contenido.

KH

Yo lo he visto en algunas asignaturas, pero no a profundidad. Por ejemplo en televisión o en publicidad, con análisis de comerciales, o también desde el punto de vista de crear un comercial del que estás viendo desde afuera es verdad y como puedo plasmar algo que me gustaría mostrar y que en cierto modo también estoy criticando y dando algo que quizás está influenciado a la sociedad, y eso se ve en materias que quizás son un poco más práctica que permiten al estudiante.

Digamos ya enfrentarse directamente con eso, con la realidad, pero básicamente yo creo que en todas las materias tendrán que dar esa posibilidad de estudiar desde el punto de vista de la ética, del marco legal, o como materias de teorías de la comunicación, que son materias, bueno yo creo que todas las materias de la Escuela de Comunicación Social deben orientarse hacia eso, centrarnos en una misma opinión, que nos orienten también a ser un poco más crítico.

NU

Dentro de la Escuela también hay personas que forman parte de partidos políticos y que hay que decirlo, que pasan por los pasillos y he visto cómo te ofrecen cosas políticas, como los chavistas, que te dicen que trabajes en Venezolana de Televisión porque te van a pagar más o te recalcan que lo importante es que tu tengas claro que lo que vas hacer en publicidad te enfoques en eso porque lo voy a mostrar allá.

AP

Son muy pocos los escenarios que hemos tenido para desarrollar en clases lecturas críticas.

RB

Yo he visto algunos aspectos de la teoría crítica en la materia de teoría de la comunicación. Ese podría ser un espacio para profundizar.

YS

Yo estoy cursando una asignatura que se llama lenguaje publicitario y eso si es completamente análisis del discurso que podría servir como el principio de análisis de la televisión. Se ve bastante interesante, pero como está empezando el semestre no hemos profundizado. Es lo que más se acerca la análisis crítico de algo.

¿Cómo calificarían que la Escuela de Comunicación Social ofreciera a los estudiantes un espacio dedicado a incentivar una visión crítica de la programación de la televisión?

El grupo brindó una opinión positiva.

NU

Yo lo veo tan interesante porque estoy centrando mi tesis en el análisis del discurso y el análisis del liderazgo, entonces cuando uno ve que uno tiene que aplicar lo poquito que aprendió y aprender mucho más para poder desarrollar y orientar el trabajo de grado. No es como en si estas utilizando las herramientas que aprendiste durante 5 años que es el deber ser, si no que ahora debes leer y buscar un buen tutor que te oriente. Sería provechoso. Expandiría el horizonte de las personas, porque la gente solo piensa en hacer una revista o un documental.

APENDICE N° 74.- Visión Internacional: Cuestionario para las Entrevistas

Fecha:

Hora:

Modalidad de la entrevista (Presencial, telefónica o a través de internet):

Entrevistado (a):

Breve reseña profesional:

Introducción: El entrevistador realizará una descripción general del proyecto de investigación y el propósito de la entrevista con el objetivo de contextualizar la misma.

Cuestionario propuesto:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicación?

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más conocidas para fomentar la educomunicación?

3.- ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas?

4.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

6.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?

8.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

APENDICE N° 75.- Visión Nacional: Cuestionario para las Entrevistas

Fecha:

Hora:

Modalidad de la entrevista (Presencial, telefónica o a través de internet):

Entrevistado (a):

Breve reseña profesional:

Introducción: El entrevistador realizará una descripción general del proyecto de investigación y el propósito de la entrevista con el objetivo de contextualizar la misma.

Cuestionario propuesto:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicación?

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más conocidas para fomentar la educomunicación?

3.- ¿En Venezuela actualmente se están desarrollando proyectos educomunicativos? ¿Cuáles? ¿Cómo?

4.- Desde su experiencia y la situación mediática que vive el país, ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas?

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

6.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

8.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

10.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

**APENDICE N° 76.- Visión de la televisión y sus alcances en la actualidad:
Cuestionario para las Entrevistas**

Fecha:

Hora:

Modalidad de la entrevista (Presencial, telefónica o a través de internet):

Entrevistado (a):

Breve reseña profesional:

Introducción: El entrevistador realizará una descripción general del proyecto de investigación y el propósito de la entrevista con el objetivo de contextualizar la misma.

Cuestionario propuesto:

1.- Desde su punto de vista como especialista en el área televisiva, ¿Cómo define a la educomunicación?

2.- La educación y la comunicación están directamente relacionadas con la evolución de las sociedades, así como las nuevas tecnologías de la información. ¿Cómo a través de la televisión se puede contribuir a los procesos educomunicativos?

3.- Actualmente en el país se están adelantando acciones para pasar de la televisión analógica a la televisión digital, ¿Cuáles son los atributos tecnológicos que pueden ser utilizados como elementos potenciales en la educomunicación?

4.- Como especialista en el campo televisivo, ¿Cómo puede ser utilizado este medio en los procesos de la educomunicación en las escuelas?

5.- ¿Considera que en los procesos de producción televisiva el rol de los educadores puede formar parte de la producción audiovisual? (En caso afirmativo o negativo el entrevistado deberá explicar el por qué).

6.- ¿Cómo los comunicadores sociales pueden contribuir a través de los roles que desempeñan como profesionales en el mundo televisivo a la educomunicación?

7.- Desde su punto de vista, para realizar una producción de televisiva en consonancia con la disciplina educomunicativa, ¿en cuáles aspectos deben ser formados los futuros comunicadores sociales del país?

8.- Desde su punto de vista, ¿en cuáles aspectos deben ser formados los futuros educadores del país para estimular en sus estudiantes una visión educomunicativa a la hora de visualizar los contenidos que la televisión difunde?

APENDICE N° 77.- Visión Internacional: Entrevista a Guillermo Orozco



Guillermo Orozco Gómez (Guadalajara, Jalisco, México, 1954)

Breve síntesis curricular: Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO). Doctor en Educación de la Universidad de Harvard.

Académico mexicano especialista en estudios sobre la recepción de los medios y alfabetización audiovisual. Sus investigaciones se han dirigidos al estudio del impacto de la televisión en la formación de las audiencias en América Latina. Es miembro de la Academia Mexicana de Ciencias y del Sistema Nacional de Investigación.

Dentro de su ejercicio profesional se ha desempeñado como coordinador en estudios sobre la recepción de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) y catedrático de la

	<p><i>UNESCO en las ciudades de Bogotá y Barcelona. Actualmente es jefe del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.</i></p> <p><i>Últimas publicaciones: memoria social y ficción televisiva en los países Iberoamericanos (Globo Universidad 2013) y Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias (Tintable, 2012).</i></p>
Fecha de ejecución de la entrevista	22 de septiembre de 2015
Hora:	2:00 pm
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicación?

Como una educación centrada en los procesos comunicativos: producción de contenidos, emisión, transmisión, recepción, interacción e interlocución, fijando un énfasis en los medios de comunicación y las implicaciones que tienen en las sociedades y en el intercambio sociocultural en su conjunto. Educomunicación es un concepto distintivo de un tipo de educación que tiene por objeto educar para la comunicación en todos sus momentos, formatos y productos.

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más recomendadas para fomentar la educación para los medios, especialmente para la televisión?

A través del desarrollo e implementación de un currículo de alfabetización mediática e informacional tanto para maestros como para estudiantes, centrado en las interacciones, consumos y participación de las audiencias. Es necesario diseñar también un currículo para los padres. Hay que abarcar a todos los involucrados en la “comunidad” de comunicación en la que participan los estudiantes. Pero las actividades deben ser lúdicas. No se puede enseñar sobre Tv de manera seria. Jugando y siendo desafiados por los temas de los juegos, los involucrados van explorando y aprendiendo lo que está involucrado en ellos.

3.- ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas, especialmente para la televisión?

Los tipos de acceso, las formas de apropiación y consumo, los objetivos de la educomunicación, el tipo de contenidos a usar, las variaciones y modalidades de las audiencias para participar. Especialmente las mediaciones de que son objeto cada sector de audiencia.

4.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

Si. Es fundamental para su implementación. La alfabetización múltiple hoy en día es algo imprescindible en cualquier proceso educativo. Por ello es indispensable que tengan todos los maestros, elementos básicos de porque la comunicación y la educación pueden verse como dos aspectos de un mismo proceso.

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores sociales del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

Sería lo ideal. Esto dependerá en buena medida del perfil del comunicador social, pero dado el contexto y momento histórico que vive Venezuela, donde hay censura creciente

de las instituciones y medios de comunicación, capacitarse en educomunicación es una tarea importante para la formación de ciudadanía y todo profesionista debería saber algo de ella.

6.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

“Educar no es solamente instruir”. “Educar es explorar”. Hoy en día no es la enseñanza sino el aprendizaje quien comanda el proceso educativo. No es la doctrina, sino el descubrimiento el que produce aprendizaje. Hay que propiciar aprendizajes. La forma óptima es a través del desafío, como en los videojuegos. La estrategia de la educomunicación debe ser lúdica. Hay que explorar con los televisores encendidos, nunca apagados. Cualquier contenido televisivo sirve para provocar el diálogo y sacar algún aprendizaje. Hay que entender a la educomunicación como un proceso dialógico que permita a los encargados, ya sean profesores o no, obtener y generar las mejores experiencias significativas para los estudiantes y en último término para la sociedad en su conjunto.

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?

Que el ciudadano sea solidario, crítico, se convierta en comunicador, pasando así de simple receptor pasivo a emisor activo. Todo ello para lograr democráticamente los cambios sociales necesarios. La comunicación es la clave para existir y funcionar como ciudadano. Como tales tenemos que ser capaces de construir nuestros discursos y ponerlos a circular.

8.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

Hay que convencer a los estudiantes de educación y a todos los educadores que no pueden vivir de espaldas a los medios. La educación se realiza frente a las pantallas, en la calle, en el patio del recreo en las escuelas, no en el salón de clases. Ahí se instruye en un contenido rancio que no sirve más para enfrentar la vida ni la profesión. Eso es lo que se debe inculcar a los educadores.

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

A partir de resaltar la importancia de los medios de comunicación y de los procesos de comunicación en la vida cotidiana de los estudiantes. Tendrán que desarrollar la habilidad para detectar las exclusiones en la información que se transmite en las pantallas, también hacer evidentes los estereotipos presentados, también la censura y sobre todo los atropellos de quienes detentan los medios a los derechos a la comunicación de todos los ciudadanos –audiencias.

APENDICE N° 78.- Visión Internacional: Entrevista a Darwin Franco

	<p>Darwin Franco (México)</p> <p>Breve síntesis curricular: Comunicador y periodista. Maestro en Comunicación y doctorante en Educación por la Universidad de Guadalajara (México). Profesor de las licenciaturas en Comunicación Pública y Periodismo de la misma universidad, así como profesor de la Universidad ITESO.</p> <p>Analista de medios para las revistas Zócalo y Buzos. Así como de los sitios web: Nuestra Aparente Rendición y enlace México.</p> <p>Autor del libro: Ciudadanos de ficción: prácticas y discursos ciudadanos en las telenovelas mexicana.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuente de la información: OROZCO, G. y FRANCO, D. (1999). Al filo de las Pantallas. México. La Crujia Ediciones.
Fecha de ejecución de la entrevista	29 de septiembre de 2015
Hora:	4:00 pm
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicación?

La educomunicación es una disciplina que pone en el centro del proceso educativo todas aquellas prácticas que suceden con y a través de las diversas pantallas con las que interactuamos de manera cotidiana. La educomunicación es en sí misma una orientación teórica pero también una metodología práctica al estar situada en el hacer-saber y no sólo en el hacer-hacer, ya que no se trata únicamente de una enseñanza de los medios sino de una apropiación crítica y creativa de ellos.

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más recomendadas para fomentar la educación para los medios, especialmente para la televisión?

No hay recetas ni reglas generales, lo que sí debe existir es el reconocimiento de las necesidades y potencialidades de los sujetos con los que se pretende trabajar, ya que la educomunicación no parte de la imposición sino del diálogo y el reconocimiento de aquello que se quiere aprender y resolver. Pensar en trabajar con la televisión o cualquier otra pantalla dependerá no del medio sino de las necesidades de las personas con las que se trabajará, aunque sí debe existir en este proceso el reconocimiento básico de que los medios y, sobretodo, la televisión no refleja la realidad: la produce.

3.- ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas, especialmente para la televisión?

Podríamos enlistar varios, el principal es el relacionado con la producción de la realidad de parte de los medios y, con ello, la edificación de las representaciones y sentidos vinculados no sólo a personas sino también a hechos y sucesos. Una estrategia educomunicativa, como ya se dijo, parte sin embargo de las necesidades de las personas

y son ellas –junto con el guía o tutor- las que deben construir sus estrategias para revertir sus prácticas mediáticas.

4.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

La educomunicación y, en específico, la alfabetización mediática informacional debe formar parte de la educación básica, ya que la actual condición comunicante que vivimos hace necesario que este tipo de educación se imparta en las escuelas no como una materia secundaria sino como una materia central, ya que hoy las interacciones con las pantallas domina el grueso de las prácticas sociales de niños y jóvenes.

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores sociales del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique

Considero lo mismo que en la anterior respuesta.

6.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

La actual condición comunicante y el avasallante proceso de mediatización que vivimos podría exigirle a la educomunicación trabajar sobre algunos preceptos teórico-prácticos como el entender que la convergencia más que un cambio tecnológico es una práctica cultural que sucede no en las tecnologías sino en el cerebro de las audiencias/usuarios de las tecnologías, como lo sugiere Henry Jenkins.

A la par, debemos trabajar y entender conceptos teóricos como cultura participativa, inteligencia colectiva, narrativas transmedia, mediatización y condición

comunicacional, estos conceptos no son únicamente teóricos sino inminentemente prácticos, ya que suponen analizar los procesos culturales alrededor de las tecnologías, lo cual supera las visiones deterministas que consideran a las tecnologías el centro de la actual efervescencia tecnológico-digital. La educomunicación, contrario a esto, debe centrarlo en la apropiación social/individual del usuario.

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?


Considero lo mismo que en la anterior respuesta.

8.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

Primero se debe entender que ya no es posible no hablar de educomunicación, esto supone evitar debates estériles sobre si los medios educan o no, pues hoy ya es bien sabido que esto sí ocurre y la escuela (y desde luego, el libro) ya no son el epicentro de los aprendizajes y enseñanzas de las nuevas generaciones. Si entendemos esto y superamos la visión hegemónica de la educación (centrada en la escuela) podremos pensar que será posible mirar el horizonte que nos ofrece la educomunicación, la cual no es una disciplina que suplantarán a la educación; al contrario, es y debe ser un área del saber que la complementa y potencialice al ofrecer la posibilidad de pensar a la educación desde la comunicación.

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela? Considero lo mismo que en la anterior respuesta.

APENDICE N° 79- Visión Nacional: Entrevista a Bernardino Herrera

	Bernardino Herrera León (Caracas, Venezuela) <i>Breve síntesis curricular: Historiador y comunicólogo, investigador docente del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.</i>
Fecha de ejecución de la entrevista	10 de febrero de 2016
Hora:	4:30 pm
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicación?

Además de un conjunto de teorías sobre la naturaleza de la comunicación, una estrategia práctica y aplicable que posibilita potenciar la educación, mediante estrategias, métodos y técnicas, que permitan mejorar el desempeño de los sistemas educativos.

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más conocidas para fomentar la educomunicación?

Las más antecesoras las representan iniciativas como “El Nacional en el aula”, programa patrocinado el ese diario. Desde el ININCO se llevaron a cabo programas de

investigación que incluían prácticas educomunicativas como narraciones de experiencias televisivas, durante la década de 1990. En el período chavista, la idea de “uso creativo de los medios” regresó al enfoque “educación crítica de los medios”, cambiando el propósito en el que había evolucionado la educomunicación. Actualmente, muy pocas iniciativas se han llevado a cabo, dado que el principal promotor de este programa debería ser el Estado, por una parte, y a la poca disposición y receptividad que tienen las universidades para desarrollar programas.

3.- ¿En Venezuela actualmente se están desarrollando proyectos educomunicativos? ¿Cuáles? ¿Cómo?

En mi opinión, no se están desarrollando programas de educomunicación en Venezuela. No puede llamarse educomunicación al programa de “Guerrilla Comunicacional” ni a la entrega masiva de “Canaimitas”. La primera, porque el adoctrinamiento político y culto a la personalidad no se encuentra entre los argumentos teóricos de la educomunicación. Y la segunda, porque las tecnologías son herramientas cuya presencia no bastan ni son suficientes para desarrollar programas educomunicativos. Es preciso un plan más complejo donde la participación creativa de los educandos son el sujeto principal del programa.

4.- Desde su experiencia y la situación mediática que vive el país, ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educomunicativas?

El primero, adoptar el enfoque de “uso creativo de los medios”, que ha ganado más consenso internacional, y de mayor éxito en experiencia de aulas, como herramientas para docentes y hasta en “aulas experimentales” donde los educandos producen contenidos.

En segundo lugar, orientar la producción de medios en audiovisuales hacia el apoyo a las escuelas. Da pena observar gastos en cine de autor con bajas audiencias en contraste con las pocas opciones que tienen a mano los maestros y profesores para reforzar sus programas educativos.

Y en tercer, lugar promover reformas educativas para incluir la educomunicación como parte del programa de educación formal, dado que se ha demostrado que los educando que viven experiencias educomunicativas suelen tener mejor desempeño escolar, son mejores lectores, mejores consumidores de contenidos.

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique:

Sí, y cada vez con más exigencia y disciplina. En las diferentes disciplinas que intervienen en la educación. Incluir conceptos en la formación docente, en la de los comunicadores, en los artistas de artes vinculadas con los audiovisuales, y en todas aquellas especialidades cuyos contenidos pueden ser parte de los contenidos educomunicativos.

6.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educomunicativa? Explique:

Porque sería el siguiente paso cualitativo que debe dar la comunicación como profesión. La comunicación, en el sentido tradicional, consiste en buscar información y hacerla entender al gran público. La nueva comunicación requiere que el comunicador sea un agente esencial de la sociedad del conocimiento, convirtiendo su trabajo, además de informar en fuente de educación y aprendizaje permanente.

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

El primero, el del uso creativo, que consiste en convertir a los medios masivos en aliados de la educación básica.

El segundo concepto teórico, el concebir la comunicación como la combinación de tres conceptos inseparables: información, como nube de datos; saber, como la capacidad de cada persona para procesar la información; y conocimiento, la capacidad de aplicar el saber para resolver problemas y modificar la realidad.

Y tercero, convertir las herramientas de la comunicación en aliadas de la educación, que debe concentrarse en fortalecer los sistemas de saber y conocimiento, de acuerdo con los conceptos anteriores.

8.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?

Las mismas que a los educadores. Para un mismo objetivo, una misma formación.

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

Lo primero, superar la idea del Estado docente como monopolio gubernamental de los contenidos educativos, ya que siempre se verá en obsolescencia respecto a la velocidad de renovación de los contenidos que circulan en los medios.

Segundo, entender que cada vez es más inviable la educación tradicional, sobre todo a nivel universitario, por lo que es inevitable adoptar herramientas educomunicativas que permitan mejorar el desempeño estudiantil y profesional.

Tercero, las universidades deben ser los proponente intelectuales y evaluadores de las políticas de educación para los medios a implementarse en el sistema educativo formal del país.

10.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

El mismo argumento para responder las preguntas 7 y 8.

APENDICE N° 80.- Visión Nacional: Entrevista a William Bracamonte

	William Bracamonte (Caracas, Venezuela) Breve síntesis curricular: Comunicador social, docente de la cátedra de televisión y jefe del departamento de audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.
Fecha de ejecución de la entrevista	12 de junio de 2016
Hora:	4:30 pm
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista como especialista en la educación para los medios, ¿Cómo define a la educomunicacion?

La Educomunicación podría definirse como la estrecha e híbrida relación entre la Comunicación y la Educación, que se logra a través de las mediaciones que ofrecen las diferentes tecnologías (TIC's), cuyas plataformas se adecúan a los diseños metodológicos con fines educativos. Existen modalidades como la Educación en Medios, la Educación a través de los Medios y Educación para los medios, que constituyen sub-áreas que se solapan entre sí en un entramado que se sintetiza en el término Educomunicación en el marco específico de la Alfabetización Audiovisual.

Se propicia una conjugación en las relaciones teóricas y metodológicas entre la Educación y la Comunicación “como derivados de la cultura y presentes en desarrollo socio-histórico y cultural de la sociedad”, (bracamonte, 2009)

Se trata de una Interdisciplinariedad llevada a su máxima expresión en la que las Ciencias de la Educación y las de la Comunicación tradicionales se coadyuvan con las

modernas TIC,s en una dialéctica combinación en el proceso de formación de las nuevas generaciones.

2.- En la actualidad, ¿cuáles son las estrategias más conocidas para fomentar la educomunicación?

Las relaciones entre la información y la educación, entre el proceso educativo y la práctica comunicacional conlleva a un nuevo enfoque global dinámico del proceso enseñanza-aprendizaje a partir de “los principios de relacionabilidad, alteridad y dialogicidad”. Las estrategias actuales para lograr tales propósitos son posibles a través de la Informática, la Telemática y la producción de softwares educativos con contenidos Curriculares. Una estrategia interesante puesta en práctica por el Ministerio del poder popular para la Educación es la implantación de los llamados CBITS (Centros Bolivarianos de Informática y Telemática) en diferentes localidades del país dotados especialmente para que a ellos acudan docentes y estudiantes como usuarios del servicio. Esto se realiza a través de FUNDABIT (Fundación Bolivariana para la Informática y la Telemática). Aunque debo señalar que no tengo conocimiento acerca del estado actual en que se encuentra esta actividad. La otra estrategia más conocida y reciente es el plan de dotación de las llamadas “canaimitas”, con funciones básicas y conexión a Internet. En el sector privado en los colegios se ha extendido masivamente el acceso y uso de la Internet con fines educativos.

3.- ¿En Venezuela actualmente se están desarrollando proyectos educomunicativos? ¿Cuáles? ¿Cómo?

Esta respuesta es abordada en la anterior

4.- Desde su experiencia y la situación mediática que vive el país, ¿Cuáles son los aspectos que deben ser considerados para el diseño de estrategias educacionales?

Dada la situación mediática que vive el país la educación debiera estar dirigida a la difusión de contenidos con propósitos éticos y morales que atenúen la confrontación y polarización y que, al mismo tiempo exalten valores relacionados con la convivencia y la tolerancia en pos de alcanzar un clima de entendimiento democrático entre las fuerzas en pugna. En este sentido el papel que juegan las redes sociales es clave y vital.

5.- ¿Considera que en la formación de los futuros educadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educacional? Explique

Nuestros futuros educadores deben apegarse a las nuevas corrientes de la pedagogía moderna en base a una de las teorías más importantes para la práctica educativa cual es el Constructivismo, a través del cual el proceso Enseñanza-aprendizaje convierte al docente tradicional en un facilitador que interactúa con el educando para que este participe activamente en la construcción en colectivo del conocimiento de su propia realidad. De esta manera el colaboracionismo sustituye a la competencia individual por alcanzar los más óptimos niveles de comprensión cognoscitiva.

6.- ¿Considera que en la formación de los futuros comunicadores del país se requiere de que sean capacitados en la disciplina educacional? Explique

Es la misma anterior, es decir la 5 y la 6 están redactadas en idéntica forma.

7.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educocomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros educadores?

Los postulados teóricos que subyacen a la práctica de la Edocomunicación descansan en varias teorías que en combinación constituyen su andamiaje, entre las que podríamos citar las siguientes:

La Teoría de la Pedagogía Educativa de Gutiérrez (1989), La Pedagogía de la Comunicación de Kaplún (1998), La Teoría de la Comunicación Educativa de Sierra (2000), la Teoría de la Mediación Social de Barbero (2002) y la de Orozco (2001), entre otros importantes autores que han brindado su valioso aporte al tema de la Educomunicación. Se podría completar esta breve lista con el Currículo Básico Nacional, emanado del sector oficial.

8.- ¿Cuáles podrían ser los postulados teóricos y prácticos de la disciplina educocomunicativa que deben ser considerados para el diseño de estrategias pedagógicas dirigidas a futuros comunicadores sociales?

Idem anterior: es decir la 7 y la 8 es la misma pregunta

9.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educocomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

Desde mi particular punto de vista el aplicar las estrategias pedagógicas para estimular una visión edu-comunicativa en el proceso enseñanza-aprendizaje de nuestra docencia en la Universidad Central de Venezuela tropieza al menos con tres dificultades muy importantes:

a)La carencia del recurso material que tiene que ver con una adecuada dotación de los insumos tecnológicos apropiados y suficientes (hardware y software) para lograr resultados globales y no aislados entre las diferentes escuelas de todas nuestras facultades.


b)La deficiente formación del docente en el campo de las diferentes corrientes y teorías pedagógicas modernas ajustadas a las necesidades de las realidades actuales. Sin ánimo de desconocer los méritos alcanzados por el conductismo tradicional en el campo de la educación es menester reconocer que los talleres, cursos y/o seminarios que se les dicta a nuestros profesores conocidos como “componentes docentes” no son suficientes para dotar al profesional de las herramientas teóricas y metodológicas relacionadas con el Constructivismo. Por supuesto que están exentos de esta apreciación aquellos colegas cuyo perfil académico sea producto del haber cursado bien sea, en nuestra Escuela de Educación o de un Instituto Pedagógico o que a través de iniciativa particular hayan cultivado las prácticas, Técnicas y saberes correspondientes a la aplicación de las estrategias metodológicas especializadas en la transmisión del o de los conocimientos correspondientes al área de su competencia.

c)Y la tercera como producto de las dos anteriores la ausencia de una Estrategia Administrativa y Metodológica concebida y diseñada para lograr los fines arriba señalados

10.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

Es la misma anterior: es decir la 9 y la 10 se refieren a lo mismo

APENDICE N° 81.- Visión Educativa: Entrevista a Marina Polo

	Marina Polo (Caracas, Venezuela) <i>Breve síntesis curricular:</i> Coordinación de la Maestría en Educación, mención Tecnologías de la Información y la Comunicación. Docente de la Universidad Central de Venezuela. Licenciada en Educación en la Universidad Central de Venezuela. Doctora en Educación.
Fecha de ejecución de la entrevista	03 de febrero de 2016
Hora:	10:00 am
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista, ¿qué es la educomunicación?

Es un concepto multidisciplinar que aborda dos elementos socioculturales la educación y la comunicación

2.- ¿Considera que la labor de los educadores requiere de una visión educomunicativa? ¿Por qué?

Por cuanto el hecho educativo es esencialmente comunicativo, son dos procesos que van agarrados de la mano desde el proceso de aprendizaje

3.- ¿Considera que la labor de los comunicadores sociales requiere de una visión educomunicativa? ¿Por qué?

Por cuanto la información, los saberes y las funciones que ejercen son netamente educativas.

4.- ¿Cómo calificaría que las escuela de educación y comunicación social de la UCV ofrecieran a sus estudiantes estrategias pedagógicas educomunicativas durante su formación? Explique

Sería formidable, el intercambio de las disciplinas y la creación de conocimientos mutuos es el ideal. La interdisciplinariedad como acción educativa

5.- ¿Cuáles serian las asignaturas del pensum de estudios de educación más viables para estimular la disciplina educomunicativa en los estudiante de esta profesión?

Comunicación y didáctica

6.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

Estrategias del área cognitiva, del área creativa, del área ética, del área estética.

7.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

Habría que crearla de acuerdo a los intereses de los estudiantes.

8.- ¿Cuáles serían las asignaturas del pensum de estudios de comunicación más viables para estimular la disciplina educomunicativa en los estudiante de esta profesión?

No conozco el pensum

9.- Como profesora universitaria, ¿Qué deben presentar estas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa para que sean de fácil aplicación para los docentes universitarios en la formación de los futuros educadores y comunicadores sociales?

Deben estar fundamentadas en los problemas del mundo, la defensa de los derechos humanos, la ecología de nuestro planeta tierra, la meta de la paz, la libertad de expresión y el respeto de la comunicación hacia los otros, el alter y la comunicación.

APENDICE N° 82.- Visión Educativa: Entrevista Ruth Díaz Bello



Ruth Díaz Bello (Caracas, Venezuela)

Breve síntesis curricular: Licenciada en Educación, mención Orientación. Universidad Central de Venezuela, UCV, 1984.

Magister en Psicología Social. UCV, 1996.

Doctora en Ciencias de la Educación. Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez”, UNESR, 2007.

Desempeño profesional:

Profesora Titular de la UCV (30 años de actividad docente, de investigación, extensión y gestión en Educación Superior).

Directora de la Escuela de Educación, de la Facultad de Humanidades y Educación, UCV (2005-2008).

Miembro del Comité Académico de la Maestría en Educación, mención Tecnologías de la Información y la Comunicación (desde 1996).

Miembro del Comité Académico del Doctorado en Educación de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV (desde 2008).

	<p><i>Miembro fundador de la Asociación Venezolana de Educación e Informática (AVEI).</i></p> <p><i>Actualmente Gerente de Planificación, Desarrollo y Evaluación Curricular del Vicerrectorado Académico de la UCV (desde 2008).</i></p> <p><i>Coordinadora de la Comisión Regional de Currículo, Región Capital.</i></p> <p><i>Representante de la UCV ante la Comisión Nacional de Currículo, Órgano asesor del Núcleo de Vicerrectores Académicos.</i></p> <p><i>Miembro de asociaciones:</i></p> <p><i>Asociación Venezolana de Educación e Informática, AVEI.</i></p> <p><i>Asociación Civil Egresados y Amigos de la UCV.</i></p> <p><i>EDUTEC. Asociación para el desarrollo de la Tecnología Educativa y de las Nuevas Tecnologías aplicadas a la educación.</i></p> <p><i>Asociación Iberoamericana de la Tartamudez TTM-IB.</i></p>
--	--

	<i>Publicaciones en libros y revistas sobre áreas de investigación asociadas a Tecnologías de la Información y la Comunicación y Educación, Formación Docente, currículo por competencias, cultura y tecnología, epistemologías e investigación.</i>
Fecha de ejecución de la entrevista	03 de febrero de 2016
Hora:	5:25 pm
Modalidad de la entrevista:	Vía correo electrónico

Cuestionario:

1.- Desde su punto de vista, ¿qué es la educomunicación?

Comprendo la educomunicación como una iniciativa para explorar las posibilidades de hacer uso de manera crítica de los medios de comunicación de masas en la educación. Desde los diversas visiones interdisciplinarias que existen para trabajar los medios de comunicación la educomunicación representa una perspectiva orientada básicamente desde la perspectiva crítica.

2.- ¿Considera que la labor de los educadores requiere de una visión educomunicativa? ¿Por qué?

Creo que se requiere una visión muy amplia de lo que son los medios de comunicación, no solo desde los medios de comunicación masivos, que representan el inicio del enfoque educomunicativo, sino de internet en cuanto medio de comunicación en red,

de los dispositivos móviles y del cambio de vida que ellos están generando en cuanto espacio de oferta de servicios e información.

Desde mi perspectiva es necesario conocer cómo las TIC están transformando el mundo que conocemos desde las dimensiones productivas, de socialización y de difusión y producción del conocimiento. En ese escenario la visión educomunicativa es una oportunidad, pero creo que el escenario es mucho más amplio y complejo que la sola visión educomunicativa.

3.- ¿Considera que la labor de los comunicadores sociales requiere de una visión educomunicativa? ¿Por qué?

Creo que es importante que cada disciplina comprenda su acción desde la educación, desde allí se puede aportar en la formación de un individuo y un ciudadano capaz de hacer prevención e innovación desde una perspectiva informada. Este tipo de experiencia formativa siempre irá integrando otras disciplinas y permitirá la construcción de propuestas integradoras. En el caso concreto de la formación de los comunicadores sociales creo, como lo he sostenido en las otras respuestas, que la educomunicación es una oportunidad de acercamiento a la comprensión crítica de los medios, me parece válida, pero no la única. Desde mi perspectiva como educadora, considero que a los comunicadores se les debe acercar al espacio de la educación como parte de la responsabilidad social que cada ciudadano debe tener en el ejercicio de su profesión de manera responsable y orientada al servicio.

4.- ¿Cómo calificaría que las escuela de educación y comunicación social de la UCV ofrecieran a sus estudiantes estrategias pedagógicas educomunicativas durante su formación? Explique.

Lo calificaría como una oportunidad. En la Escuela de Educación en algún momento se ofrecieron materias electivas asociadas a la educomunicación. En estos momentos no sé cómo se han seguido desarrollando esos enfoques en la Escuela. Desde la perspectiva de las TIC en la Educación la asignatura “Informática y Educación” se orienta más a la comprensión del cambio en las diferentes dimensiones de la vida del ser humano a los cuales la educación debe responder para formar un individuo capaz de responder de manera idónea a la diversidad de escenarios que pueden generarse en este proceso de cambio permanente, favoreciendo el desarrollo de recursos didácticos innovadores. Ello implica entre otras cosas manejar el enfoque de la pedagogía crítica, pero no se centra en el enfoque educomunicativo de manera exclusiva. Creo que el espacio para el desarrollo de estrategias pedagógicas educomunicativas es posible en el amplio espectro de las asignaturas electivas, si los estudiantes deciden orientarse por ese enfoque particular.

5.- ¿Cuáles serían las asignaturas del pensum de estudios de educación más viables para estimular la disciplina educomunicativa en los estudiante de esta profesión?

Creo que se puede discutir el tema de la educomunicación en asignaturas como “Lengua y comunicación” e “Informática y Educación” y en “Diseño, producción y evaluación de medios”

6.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de educación de la Universidad Central de Venezuela?

La verdad es que no creo que haya que estimular una visión educomunicativa, creo que debe darse a conocer como parte del proceso de comprender la diversidad de acercamientos que existen sobre los medios de comunicación y la información en la sociedad actual.

7.- Desde su punto de vista, cómo deberían ser esas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa dirigidas a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela?

Eso se lo dejo a aquellos que trabajen estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa. Tengo poco que aportar aquí

8.- ¿Cuáles serían las asignaturas del pensum de estudios de comunicación más viables para estimular la disciplina educomunicativa en los estudiante de esta profesión?

Desconozco las asignaturas de la escuela de comunicación social.

9.- Como profesora universitaria, ¿Qué deben presentar estas estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa para que sean de fácil aplicación para los docentes universitarios en la formación de los futuros educadores y comunicadores sociales?

Igual que en la pregunta 7, eso se lo dejo a aquellos que trabajen estrategias pedagógicas para estimular una visión educomunicativa. Tengo poco que aportar aquí