



Educación, comunicación y medios

*Education, communication and
media*

*L'éducation, de la communication et
des médias*

Educazione, comunicazione e media

*Bildung, Kommunikation und
Medien*

Educação, comunicação e mídia

La Línea de Investigación *Educación, comunicación y medios*, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), fundada por el Dr. Gustavo Hernández Díaz, estudia todos los aspectos relacionados con la teoría y método en Educación para los Medios (EPM), Estudios de Audiencias y tendencias pedagógicas relacionadas con los medios de comunicación.

Se parte de considerar que la Educación para los Medios comprende el conjunto de propuestas conceptuales y el conjunto de prácticas y experiencias que tienen como fin adiestrar a los educandos y /o participantes en un método que contemple la interpretación activa y crítica de los tradicionales medios masivos de difusión (cine, radio, televisión y prensa), por medio de un enfoque que no se ciñe exclusivamente a la estructura del mensaje sino que articula con el haz de significaciones producidas por las instituciones (familia, escuela, grupos de amigos), en donde adquiere sentido el mensaje masivo.

Al respecto, en correspondencia con los objetivos de la línea de investigación Educación, comunicación y Medios, presentamos los resultados del estudio realizado por Vanesa Moya y María Laura Tassoni Pincaj bajo la coordinación académica de Alexandra Ranzolin de Marius, en donde se exploran las concepciones que poseen los docentes de seis escuelas -tres públicas y tres privadas- del área Metropolitana de Caracas, en Venezuela, de primera y segunda etapa de educación básica, sobre el uso de la televisión como una herramienta pedagógica. Se identifica el rol del docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de la educación para medios, concluyendo que el educador es quien debe propiciar los espacios de diálogo para la transmisión de ideas, opiniones y conocimientos entre los alumnos y el docente.



ALEXANDRA RANZOLIN DE MARIUS (Venezuela)

Msc. en Educación mención Procesos de Aprendizaje (UCAB, 2008). Licenciada en Comunicación Social (UCAB, 1998). Profesora de la Universidad Monteávila, Escuelas de Comunicación Social y Educación, Cátedra de Información y Comunicación orientada a formar en Educación para los medios. Vicepresidente de la Asociación Civil ICARO (1999-actual). Maestrante en Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Dirección Postal: 2da Av. de Santa Eduvigis, Residencias Jardín Santa Eduvigis, Apto., C-12, Caracas, Venezuela.

Correo electrónico: aranzolin@gmail.com;
aranzolin@icaro.org.ve

VANESSA MOYA R.

Licenciada en Comunicación Social (UMA, 2010). Productora Radial. Relacionista Pública. Estudió diseño de modas digital en la Academia Showroom. Directora General de la Compañía Inversiones Vania C.A.,
Correo electrónico: van3_18@hotmail.com

MARÍA LAURA TASSONI PINCAY

Licenciada en Comunicación Social (UMA, 2010). Gerente de Prensa y medios de Producciones Promosvip, C.A. Asistente comercial en Proyectos Efys, C.A.

Correo electrónico: tassonilaura@gmail.com

Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de las autoras. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1 Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.



Concepción de los docentes de la televisión como herramienta pedagógica

Conception of teachers of television as pedagogical tool

Recibido: 15/ 10/ 2009

Aceptado: 03/ 11/ 2009

©De conformidad por sus autoras para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que les corresponden como autoras de la obra antes señalada.

RESUMEN

ALEXANDRA RANZOLIN DE MARIUS, VANNESA MOYA Y MARIA LAURA TASSONI PINCAY

Concepción de los docentes de la televisión como herramienta pedagógica

La educación para medios es entendida como un conjunto de prácticas que tienen la finalidad de educar a la persona en el uso crítico de los medios, en esta labor la escuela juega un rol fundamental. Con este estudio se busca abordar la noción que poseen los docentes acerca del medio televisivo como herramienta pedagógica, siendo ellos los principales responsables de la alfabetización audiovisual de niños y adolescentes. Se observa que los docentes encuestados desconocen lo relativo a la educación para medios, sin embargo, suelen utilizar medios como la televisión en el aula de clase.

Descriptores: Educación para los medios / Docentes / Herramientas pedagógicas / Televisión

ABSTRACT

ALEXANDRA RANZOLIN DE MARIUS, VANNESA MOYA Y MARIA LAURA TASSONI PINCAY

Conception of teachers of television as a teaching tool

Media education is understood as a set of practices that are designed to educate the person on the critical use of the media; in this work the school plays a fundamental role. This study seeks to address the notion that teachers have about the medium of television as a teaching tool, and they are the most responsible for media literacy of children and adolescents. It is observed that the teachers surveyed were unaware regarding media education, however, tend to use media like television in the classroom.

Key Words: Media Education / Teachers / Educational tools / Television

RÉSUMÉ

ALEXANDRA RANZOLIN DE MARIUS, VANNESA MOYA Y MARIA LAURA TASSONI PINCAY

Conception des enseignants de la télévision comme outil d'enseignement

L'éducation aux médias est comprise comme un ensemble de pratiques qui visent à éduquer la personne sur l'utilisation critique des médias, dans ce travail de l'école joue un rôle fondamental. Cette étude vise à répondre à l'idée que les enseignants ont sur le milieu de la télévision comme outil d'enseignement, et ils sont les principaux responsables de l'éducation aux médias des enfants et des adolescents. On observe que les enseignants interrogés n'étaient pas au courant en ce qui concerne l'éducation aux médias, cependant, ont tendance à utiliser les médias comme la télévision dans la salle de classe.

Mots clés: éducation aux médias/ Enseignants / Des outils pédagogiques / Télévision

RESUMO

ALEXANDRA RANZOLIN DE MARIUS, VANNESA MOYA Y MARIA LAURA TASSONI PINCAY

Concepção de professores de televisão como uma ferramenta de ensino

Mídia educação é entendida como um conjunto de práticas que visam educar a pessoa sobre o uso crítico da mídia, neste trabalho, a escola desempenha um papel fundamental. Este estudo procura abordar a noção de que os professores têm sobre o meio da televisão como uma ferramenta de ensino, e eles são os maiores responsáveis por meios de alfabetização de crianças e adolescentes. Observa-se que os professores inquiridos não tinham conhecimento sobre educação para a mídia, no entanto, tendem a usar meios como a televisão na sala de aula.

Palavras-chave: Meios de Educação / Professores / Ferramentas educacionais / Televisão

INTRODUCCIÓN



De acuerdo a un estudio de la Asociación de Televisión por Cable de los Estados Unidos citado por La Nación (2000), “un estudiante norteamericano de 16 años ha pasado en su vida, como mínimo, 11.000 horas en el aula del colegio y 15.000 frente a un televisor”. El estudio realizado por Telefónica (*Foro Generaciones Interactivas*, 2008, citado por Rocarolo, 2010) en el que se contrastaron datos de diversas investigaciones sobre consumo televisivo en Argentina y América Latina, desprende que los niños reconocen ver más de dos horas diarias, aumentando esta cifra durante el fin de semana.

En el estudio de Morduchowicz (*La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*, 2008, citado por ROCAROLO, 2010), coincide con el estudio anterior, al señalar que los adolescentes argentinos miran entre dos y tres horas diarias de televisión, sin embargo, se muestra que un 33% de jóvenes de niveles socioeconómicos más bajos mira entre cuatro y seis horas diarias de televisión, en contraste con los de niveles más altos en donde el consumo no es tan alto. Por otra parte, Meirelles (2005) afirma, de acuerdo a un estudio sobre consumo televisivo en América Latina, que los niños entre 6 y 11 años están frente al televisor un promedio de 3 o más horas y que muy pocos ven menos de una hora de televisión.

En Venezuela, como afirma Bisbal (2005) y colaboradores en la investigación sobre *consumo cultural del venezolano* (2000):

El orden de importancia de las actividades culturales “dentro de casa” de acuerdo al porcentaje de respuestas en las frecuencias de consumo (...) es el siguiente: 1) Ver TV- escuchar radio: 92%; 2) Escuchar música: 83%; 3) Leer prensa: 71%; 4) Leer libros: 40%; 5) Leer revistas: 37%; 6) Estar ante un computador: 25%; 7) Ver cine en video: 12%; 8) Jugar video-juegos: 5%; 9) Jugar dominó: 3% (p. 19).

Se desprende de los resultados del estudio que se dedica más tiempo a las actividades relacionadas con el *consumo de mensajes mediáticos*, que a actividades que tradicionalmente se han relacionado con la cultura ilustrada es decir, son los contenidos propuestos por los medios de comunicación, en especial los audiovisuales, los preferidos para ser consumidos en los momentos de ocio del venezolano, quedando relegada la lectura, entre otros. Como se afirma en el de la Asociación de Televisión por Cable de los Estados Unidos citado por La Nación (2000), los jóvenes están sometidos al sistema de educación formal y, posteriormente, al sistema de educación informal en el cual comanda la televisión, el cine, los juegos de video y la Internet. En todo caso, ambos mundos, el de la educación formal e informal, parecen contradecirse o complementarse en cuanto a métodos, todo según se vea.

Ferrés (1994b,72) señala al respecto:

En la relación que la escuela mantiene con la televisión se produce una curiosa paradoja: en la institución escolar se suelen adoptar actitudes

muy agresivas contra la televisión y, en cambio, no se suele dedicar tiempo alguno a formar buenos telespectadores. Cuando se acusa a la televisión de muchos de los males que aquejan a las nuevas generaciones y se le atribuyen responsabilidades en el fracaso de la propia institución escolar, de manera implícita se le está reconociendo un poder. En cambio, se educa como si la televisión no existiera. O como si fuera totalmente inofensiva, como si no hiciera falta preparación alguna para enfrentarse a ella (...) En definitiva, la escuela no es capaz ni de aprovechar el presunto poder de la televisión en beneficio propio ni de ofrecer a los alumnos una formación adecuada para una aproximación reflexiva y crítica al medio. En otras palabras, a menudo el problema educativo de la televisión habría que situarlo más en la escuela que en la propia televisión.

Frente a la provocación que apunta Ferrés (1994b), sobre la necesidad de *enseñar el uso adecuado de la televisión desde la escuela*, así como también, de *abordar los contenidos televisivos de modo crítico y metódico*, el presente trabajo busca abordar la noción que poseen los docentes acerca del medio televisivo como herramienta pedagógica, en ese sentido cabe hacerse la pregunta de si es considerado este medio enemigo o aliado del proceso de enseñanza-aprendizaje de los niños y adolescentes. La investigación realizada fue de tipo piloto, sin embargo, constituye un avance dentro del conocimiento de la temática de la educación para medio.

EDUCADORES Y TV: UNA RELACIÓN NECESARIA

De acuerdo al estudio de la Asociación de Televisión por Cable de los Estados Unidos citado por La Nación (2000),

El verdadero gran tema no es el número de horas que los menores dedican a la TV, sino la situación de indefensión en que suelen encontrarse para resistir o cuestionar su influencia, sobre todo en el terreno moral y en lo que concierne a su formación integral. Es aquí cuando entra en escena la responsabilidad de la familia en la transmisión de valores que puedan actuar como anticuerpos ante la eventual influencia disolvente de un programa de TV.

La televisión en el hogar será un valor, siempre y cuando sea retomada su programación para el compartir ameno, para el diálogo, para la comparación de las situaciones que se presentan con la propia vida, y no para usarla como la niñera ideal que funciona cuando se la requiere o porque facilita un espacio de evasión de la realidad.

Jure (2002) señala que la televisión juega un papel importante en los hogares, donde actúa de manera positiva cuando en familia se observan los contenidos televisivos y se genera un diálogo en el que se comenten cuáles fueron las experiencias vividas; y de manera negativa, actuando como *agente aislante*, imposibilitando el intercambio de opiniones surgidas a partir del visionado de los contenidos televisivos. Por su parte, Petit (2002) señala que una vez que la televisión actúa como agente aislante en los hogares, el lugar donde los niños y adolescentes aprenden a *ver de forma crítica* los contenidos televisivos es en la escuela.

Entonces, la escuela también debe ser uno de esos lugares privilegiados en donde se aprende a ver televisión con placer, en donde la película comercial y la serie favorita cobran sentido porque con los compañeros y la maestra se procura entender el

significado de los elementos que se presentan y se contrastan con lo que se ve en el aula de clase. De acuerdo a lo anterior, el problema real no es de cantidad, aunque por supuesto es un tema que debe entrar en discusión, sino del *tipo de contenido que se ve*, la compañía y la formación del niño y del joven que se aproximan a los contenidos televisivos.

La educación para medios (en adelante, **EPM**), según Gustavo Hernández (2001), es entendida como un *conjunto de prácticas que tienen la finalidad de educar a la persona en el uso crítico de los medios, utilizando un método que les permita analizar activamente los contenidos televisivos*. Siendo el hogar y la escuela, los padres y maestros, factores determinantes para la formación de los niños y jóvenes en el consumo mediático, especialmente de la TV, y tomando en cuenta que cuando el hogar no posee los recursos necesarios es la escuela la principal aliada para educar a los niños, en una percepción adecuada de los contenidos televisivos, cabe preguntarse **¿cuáles son las concepciones que poseen los docentes en relación a la televisión como herramienta pedagógica?**



La investigación que acompañó el presente artículo pretendió dar respuesta a esta interrogante desde los siguientes objetivos: Conocer la concepción que tienen los docentes de seis escuelas -tres públicas y tres privadas- del área Metropolitana de Caracas, en Venezuela, de primera y segunda etapa de educación básica, sobre el uso de la televisión como una herramienta pedagógica.

Los objetivos específicos del estudio fueron:

- Definir conceptual y operacionalmente la educación para medios.
- Identificar los elementos de referencia asociados al rol del docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de la educación para medios.
- Analizar las distintas concepciones de los docentes sobre la televisión como una herramienta pedagógica.

EDUCACIÓN PARA MEDIOS: UNA MATERIA PENDIENTE

Según Gustavo Hernández (2001), la EPM puede definirse de dos maneras, la primera como una *línea de investigación*, porque hace alusión a la *teoría de las audiencias* para entender los diferentes tipos de mediaciones y a la *teoría de la enseñanza-aprendizaje*, relacionada con la educación y la televisión; y la segunda como una *práctica educativa*, porque se refiere a aquellas propuestas y conjuntos de prácticas y experiencias que tienen como finalidad educar a los alumnos y/o personas en un método que permita interpretar activa y críticamente los contenidos de los medios de comunicación.

Asegura Ferrés (1994a) que la televisión hace una conexión entre el niño y la realidad, por lo que introducir la televisión en la escuela es una oportunidad para relacionar la realidad del mundo en que viven los niños y adolescentes con lo escolar, que suele ser de poco interés para los jóvenes.

Afirma Ferrés (1994b, sección La necesidad):

A menudo se considera que basta una formación humanística para ser un buen telespectador, que es suficiente una capacidad crítica general. Se olvida, una vez más, que la televisión se mueve en una esfera comunicativa muy específica. Mientras en la escuela se enseña a decodificar palabras, la televisión se comunica sobre todo con imágenes. Mientras la escuela enseña a analizar discursos, la televisión se expresa sobre todo en relatos. Mientras la escuela enseña racionalidad, la televisión utiliza sobre todo la emotividad. Mientras la escuela tiende a moverse en el ámbito de la mente consciente, la televisión incide sobre todo en el inconsciente. Mientras la escuela prepara para el razonamiento y la argumentación, la televisión utiliza sobre todo los recursos de la seducción. Formación racional frente a comunicaciones inadvertidas. Mal bagaje para un telespectador indefenso.

La EPM implica una educación en la capacidad crítica y está sustentada en cuatro fundamentos pedagógicos definidos por Hernández (2001) como *actitud crítica*, la cual consiste en saber que los medios de comunicación pueden persuadirnos y/o manipularnos con los contenidos que transmiten; esto se logra cuando se analiza la forma de expresión y contenido de los mensajes; *comunicar implica conocimiento*, es decir, diálogo y compartir la verdad, es necesario porque a través de la comunicación entre el docente y los alumnos, el profesor puede ofrecer herramientas para saber cuáles son los conocimientos que tienen los alumnos y qué áreas deben ser reforzadas para un mayor aprendizaje; *problematizar el saber*, tiene como fin promover el cuestionamiento de las ideas, si no se cuestiona lo que ocurre, la persona se convierte en un ser sin ideas propias. Este fundamento quiere enseñar a pensar para incentivar la reflexión y criticidad a partir de los diferentes contenidos de los medios de comunicación, se basa en el diálogo y no en la destrucción o negación de las ideas, y *comunicar implica aprender*, fundamentado en la *teoría constructivista del aprendizaje de Piaget y Vygotsky*, evita la enseñanza unidireccional en donde el alumno se convierte un depósito de información incapaz de emitir opiniones o discutir al respecto.



Según Martínez (1998) las seis dimensiones de la educación para medios fueron diseñadas con la finalidad de desarrollar un instrumento para evaluar los resultados de la aplicación de un programa de educación para medios. Las seis dimensiones de la educación para medios de Martínez (1998) son:

El sujeto alfabetizado mediáticamente. Este sujeto es aquel que está entrenado en el lenguaje audiovisual y su significado, lo cual le ayuda en la comprensión de los contenidos que los medios presentan.

El *sujeto consciente*. Martínez (1998) afirma que a partir del dominio de esta dimensión, la persona sabe cuál es el funcionamiento de los medios de comunicación como institución, cuál es su proceso de producción y sus intereses, al igual de cómo tratan a las audiencias.

El *sujeto activo*. En esta tercera dimensión Martínez (1998) define al sujeto como deconstructor/reconstructor del significado de los medios. Su estudio se basa en la identidad de la persona y en lo que experimenta cuando está frente a los contenidos televisivos.

El *sujeto crítico*. Es uno de los elementos más buscado por la educación para medios, el cual nace de la influencia del marxismo clásico hasta 1980. El sujeto crítico se cuestiona lo que aparece en los medios. El análisis ideológico será más valioso si se fundamenta en su identidad.

El *sujeto social*. Es una dimensión novedosa en la educación para medios. El sujeto social es “el que sabe que a él confluyen diversas mediaciones sociales, a través de las cuales él mantiene una relación activa con el mundo alrededor” Martínez (1998: sección 5. El sujeto).

El *sujeto creativo*. Es la última dimensión que señala Martínez (1998), este enfoque está relacionado con que cada mensaje que se emite puede ser reconstruido a través de cualquier sistema de lenguaje, originando un nuevo texto.

En el estudio de Martínez (1998) se pudo observar que mientras más énfasis daba un profesor a una de las dimensiones, mejores resultados obtenían sus estudiantes en dichas dimensiones, así como que los estudiantes que siguieron programas de EPM obtuvieron mejores resultados a nivel de promedios que los estudiantes que no los siguieron. Según Chiriboga (2007) lo que la educación para medios quiere lograr es ofrecerles a los estudiantes un método para que puedan interpretar los mensajes televisivos de una manera crítica. Lo cual implica una ayuda no sólo en el campo de la interpretación de los contenidos audiovisuales sino de todas las áreas de la vida del alumno. Para Fuenzalida (2005) los televidentes están frente a la televisión pero como una experiencia afectiva y no como un proceso analítico y conceptual. Es aquí cuando se plantea la importancia que los niños y los adolescentes vean televisión junto a sus padres y profesores y al finalizar el visionado se realicen comentarios sobre esa experiencia, para que el niño pueda comprender los contenidos incluidos en los mensajes televisivos y adquiera un método de aproximación al medio que favorezca la racionalización.

En el Currículo Básico de Educación venezolano se incluye a la educación para medios a partir del 4to grado de primaria. Alvarado (2004) señala que en el Currículo Básico Nacional, se hace referencia a que los niños y adolescentes estudiarán temas referentes a la educación para medios en las áreas de la Comunicación e Información, específicamente en Lengua y Literatura, Ciencias de la Naturaleza y Tecnología, Ciencias Sociales y Educación Estética, entre la primera y segunda etapa de Educación Básica.

En este sentido la Ley Orgánica de Protección del Niño, Niña y Adolescente (2007) hace referencia a que “la educación crítica para los medios de comunicación debe ser incorporada a los planes y programas de educación y a las asignaturas obligatorias” (Artículo 69, Párrafo Primero). Así mismo, apunta que el Estado debe garantizar programas sobre educación crítica para los medios de comunicación. El Currículo Básico

de Educación promueve que los docentes en el aula realicen una serie de proyectos para que el alumno comience a relacionarse con los medios de comunicación, como por ejemplo: el periódico escolar, las hemerotecas, las campañas dedicadas a los días festivos del país, entre otros, sin embargo, pocos guardan relación con el medio audiovisual que es el de mayor impacto sobre el público objetivo de estos proyectos.

Según Martínez (1998) lo más significativo de la educación para medios es que el alumno con el apoyo del docente, tiene que ejercitar su capacidad reflexiva, cuestionadora y creativa para poder reconocerse como una persona que pueda incidir en la realidad, por medio de posibles propuestas audiovisuales. Es así como Kaplún (1985) reseña que el alumno aprenderá más construyendo ideas que repitiéndolas, la educación no puede ser sólo transmitir y recibir una información, el proceso de enseñanza-aprendizaje necesita una búsqueda personal, siempre apegada a la realidad y a la verdad.

Masterman (1993, citado por HERNÁNDEZ, 2001) señala que hay que hacer referencia a que el docente debe realizar cada cierto tiempo actividades a fin de observar si verdaderamente el alumno está internalizando la actitud crítica frente a los medios de comunicación. Es importante destacar que el educador tiene que tener la experiencia en la participación grupal, la cual implica no sólo crear un debate en el salón, sino hacerlo de manera ordenada en donde cada participante pueda expresarse de forma completa y el resto del alumnado pueda escucharlo atentamente. La educación para medios proporciona las herramientas que ayudan a los niños y adolescentes para aprender a pensar, para que sean capaces de profundizar en los conocimientos y tener una actitud crítica frente a la televisión.

El pensamiento crítico es, según Lipman (1998), “un pensamiento que 1) facilita el juicio porque 2) se basa en criterios, 3) es autocorrectivo y 4) sensible al contexto” (p. 173-174). Lipman (1998) señala que los educadores pueden observar un avance en el modo de pensar de los alumnos cuando éstos son capaces de aceptar las ideas de los demás, esto quiere decir, que los educandos están formando una actitud investigativa y son más responsables ante las opiniones de los demás, tanto en el aula como fuera de ella.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, ya que su objetivo es observar un fenómeno e interpretar su comportamiento, exploratorio, debido a que los hechos han sido poco estudiados, y de campo, ya que los datos fueron recogidos en forma directa a través de encuestas. La muestra seleccionada para realizar el estudio fue de 6 instituciones educativas del área Metropolitana de Caracas, en Venezuela, 3 de ellas públicas y 3 privadas, seleccionadas al azar y cada grupo con características similares. El total de profesores encuestados entre las instituciones públicas y privadas fue de 115 de educación primaria.

Las instituciones seleccionadas se caracterizaron por estar ubicadas en zonas de recursos económicos de clase media y media baja, no habiendo actividades empresariales ni industriales en las mismas y siendo su objetivo fundamental la formación de jóvenes emprendedores.

Las variables identificadas en la presente investigación son la educación para medios y los fundamentos pedagógicos de la educación para medios. La primera variable sustenta sus dimensiones en el estudio de Martínez (1998) y la segunda en el de Hernández (2001). A continuación se presenta el sistema de variables:

**CUADRO N°1
SISTEMA DE VARIABLES**

NOMBRE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
EDUCACIÓN PARA MEDIOS	Propuestas prácticas y explicativas que tienen como finalidad educar a los alumnos en un método para interpretar activa y críticamente los contenidos de los medios.	Que esté alfabetizado mediáticamente y que sea consciente, activo, crítico, social y creativo.
FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS DE LA EDUCACIÓN PARA MEDIOS	Cuerpo organizado de concepciones que generan estrategias para educar en medios.	Comunicación para conocer, para problematizar, para tomar conciencia y para aprender.

Para recoger los datos orientados a responder a la pregunta de investigación, se procedió a diseñar un instrumento tipo encuesta que permitiera dar a conocer cuál era la concepción de los docentes de las instituciones educativas seleccionadas sobre la televisión como herramienta pedagógica. El instrumento constó de 11 preguntas, 9 preguntas cerradas y 3 preguntas abiertas, las cuales tuvieron como finalidad obtener más información a partir de las opiniones de los educadores sobre el uso de la televisión como herramienta pedagógica. La encuesta fue validada por tres expertos, uno en el área de educación para medios, otro en el área pedagógica y otro en el área de la sociología de la comunicación, siendo evaluada en cuanto a las dimensiones de claridad, congruencia, dominio de los contenidos y adecuación. Los mismos realizaron los comentarios correspondientes, obteniéndose un valor para el Alpha de Crombach de $\alpha=0,92$, con lo cual se cumplió con los parámetros de validez requeridos.

RESULTADOS

Entre los resultados obtenidos a partir de la realización de la encuestas a los maestros de I y II etapa de 6 instituciones educativas -3 públicas y 3 privadas- de la ciudad de Caracas se encuentran:

El 42% de los docentes encuestados dicen *no conocer o manejar el término educación para medios* frente a un 28% que afirma *conocer el término y manejarlo*. Sin embargo, al solicitar que escribieran una definición de EPM sólo un 20% respondió a la pregunta, las definiciones estuvieron enfocadas hacia qué son los medios de comunicación y cuáles son sus funciones. A partir de las 6 dimensiones de la EPM de Martínez (1998) un 10% considera que la EPM es un proceso donde el alumno debe ser consciente; un 5% cataloga al educando como un ser crítico y un 4% activo.

El análisis de las definiciones se basó en las dimensiones de la educación para medios, teniendo como resultado que *los docentes consideran que los alumnos deben ser conscientes, activos y críticos*, sin embargo, desestiman las dimensiones social, creativa y alfabetizadora. Por otra parte, pareciera que dejan la responsabilidad del visionado crítico de los contenidos televisivos al estudiante, sin la compañía de algún adulto significativo como la familia o el docente.

A pesar de que muchos docentes no lograron definir el término educación para medios, un alto porcentaje de ellos afirma que ha utilizado la televisión como herramienta de enseñanza en el aula y que a su vez percibieron una mejora en el proceso de aprendizaje de los alumnos. En cuanto a la utilización de la televisión como herramienta pedagógica, un 49% *sí ha usado la televisión como herramienta de enseñanza en el aula*, mientras que un 21% no la ha utilizado.

Se pudo observar también que un 55% considera *la televisión como una herramienta efectiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje*, mientras que un 23% la califica como no efectiva. De los docentes que consideran que la televisión es una herramienta efectiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje se encontró la siguiente valoración: un 23% considera que la televisión es una buena herramienta para este fin, un 21% cree que es regular y un 9% opina que es excelente.

Por otra parte, *la mayoría de los educadores considera que el uso de la televisión en el aula favorece el desarrollo del pensamiento crítico de los educandos*, utilizando como herramienta de apoyo documentales, programas educativos sobre temas del currículo y películas para niños. Los docentes consideran favorable el uso de la televisión para el desarrollo del pensamiento crítico reflejado en un 65%, mientras que un 3% no la considera beneficiosa.

Entre los programas televisivos que los docentes consideran que desarrollan más el pensamiento crítico, la respuesta predominante fue la utilización de documentales en el aula de clases con un 23%, seguidamente, con un 18%, programas educativos sobre temas del currículo, un 17% cree que las películas para niños ayudan al desarrollo del pensamiento crítico, un 9% opina que los noticieros y los programas de opinión son favorables, un 7% cree que la publicidad puede ser usada en el aula de clase con este fin, un 4% rescata el uso de las comiquitas y un 1% el uso de las telenovelas. Valdría la pena mostrar el potencial de audiovisuales de corte comercial los cuales enganchan la atención de los estudiantes y, de la mano de un método adecuado, pueden permitir desarrollar otros contenidos así como su capacidad crítica a través del diálogo.

Un rasgo significativo arrojado por los docentes en sus respuestas fue que un 40% señala que no ha utilizado un método en particular para enseñar a través de la televisión frente a un 27% que señala sí poseer un método. En este sentido, la mayoría de los docentes se inclina a transmitir algún material audiovisual para generar un ambiente de debate y comenzar a desarrollar la criticidad del alumno basándose indirectamente en el fundamento pedagógico de la educación para medios de *comunicar para conocer*.

Partiendo de las respuestas afirmativas dadas por los docentes en el punto anterior, se indagó sobre los pasos del método utilizado para enseñar a través de la televisión. Para ello se realizó un análisis a través de los fundamentos pedagógicos de la educación para medios de Hernández (2001) obteniendo como resultado que un 16% de

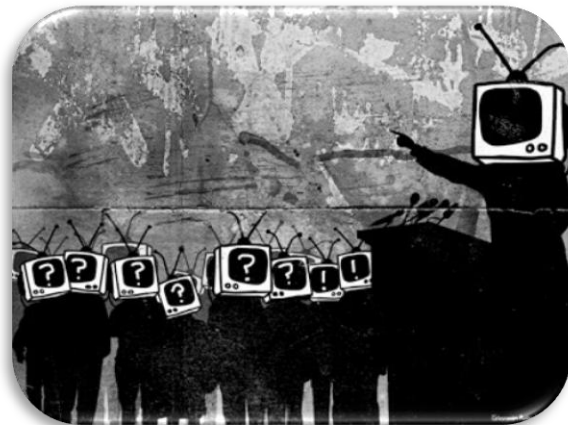
los educadores comunica para conocer, un 6% comunica para problematizar, un 5% comunica para tomar conciencia y un 1% comunica para aprender.

Se pudo observar también, que más de la mitad de los docentes está de acuerdo con la inclusión de la educación para medios en el currículo básico nacional de educación con un 59% frente a un 5% que no está de acuerdo.

Finalmente, a partir de la inclusión de una caricatura sobre el tema del consumo de la TV, la cual los docentes debían analizar, se observó que los mismos se inclinan a que los alumnos deben ser conscientes frente al consumo televisivo con un 17%, un 9% opina que los educandos deben ser críticos y que se cuestionen los mensajes que presentan los medios, mientras que un 5% cree que los estudiantes deben desarrollar un rol activo y social a partir del visionado de la televisión, desestimando otras dimensiones propias de la EPM.

CONCLUSIONES

El desconocimiento por parte de los educadores sobre el tema de educación para medios, sumado a los beneficios que reportan los autores reseñados para la formación de los estudiantes, lleva a concluir que es necesario que exista una formación de los docentes en esta área, para que de esta forma se aproveche aún más el uso de la televisión en las aulas de clase. A pesar que muchos de los docentes no manejan el término de educación para medios, sí usan de manera indirecta la televisión como herramienta pedagógica, que refuerza algunos contenidos incluidos en el pensum escolar favoreciendo a los alumnos a que se relacionen con ellos a través de otros mecanismos.



El desconocimiento por parte de los educadores sobre el tema de educación para medios, sumado a los beneficios que reportan los autores reseñados para la formación de los estudiantes, lleva a concluir que es necesario que exista una formación de los docentes en esta área, para que de esta forma se aproveche aún más el uso de la televisión en las aulas de clase. A pesar que muchos de los docentes no manejan el término de educación para medios, sí usan de manera indirecta la televisión como herramienta pedagógica, que refuerza algunos contenidos incluidos en el pensum escolar favoreciendo a los alumnos a que se relacionen con ellos a través de otros mecanismos.

A partir de la investigación realizada se definió conceptualmente qué es la educación para medios como *una propuesta práctica y explicativa, que tiene la finalidad de educar a los alumnos en un método para que interpreten de forma activa y crítica los contenidos de los medios de comunicación sin eliminar el placer que lleva implícita*. Se identificó el rol del docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de la educación para medios, concluyendo que el educador es quien debe propiciar los espacios de diálogo para la transmisión de ideas, opiniones y conocimientos entre los alumnos y el docente.

Como afirma Petit (2002), si el docente logra en el aula que los alumnos desarrollen una actitud crítica y reflexionen frente a los contenidos televisivos, se verá reflejado cuando por sí solos vean televisión y comprendan una parte de la realidad que para ellos era desconocida. Para esto es importante que se tomen en cuenta los fundamentos pedagógicos de la educación para medios como *comunicar para conocer, comunicar para problematizar, comunicar para tomar conciencia y comunicar para aprender*. Donde se plantea que niños y adolescentes conozcan y comprendan el medio televisivo evitando que sean manipulados por sus contenidos y que en un futuro tengan la capacidad de crear nuevas propuestas audiovisuales.

Es importante destacar que estudios realizados por Martínez (1998) demuestran que si el docente aplica todos los elementos de la educación para medios incluidos en las seis dimensiones en el proceso de enseñanza-aprendizaje de sus alumnos, se podrán observar mejores resultados en su vida académica. Resulta significativo observar cómo los docentes encuestados entienden que los niños y adolescentes deben tener una formación en la actitud crítica, pero no mencionan su participación como adultos significativos en ese proceso de enseñanza-aprendizaje. A medida que el docente domine el término de educación para medios, mayor será el porcentaje de alumnos que se eduquen con la televisión, con esto se fomentará el desarrollo del pensamiento crítico frente a los contenidos audiovisuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARADO, M.

2004 Educación para los Medios: Perspectivas desde Venezuela [Versión electrónica], *Quaderns Digitals*. Recuperado el 10 de octubre de 2006, de http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=7903

BISBAL, M.

2005 Pórtico. Advertencia preliminar para entender la televisión o... el pan nuestro de cada día. En Bisbal, M. (Ed.), *Televisión pan nuestro de cada día* (pp. 9-25). Caracas, Alfadil Ediciones.

CHIRIBOGA, B.

2007 *La educación para medios*. Recuperado el 15 de abril de 2010, de <http://oclacc.org/redes/educomunicacion/2007/09/12/la-educacion-para-los-medios/>.

FERRÉS, J.

1994a *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.

1994b *Televisión y escuela*. Cuadernos de Pedagogía, 231, 72 - 73.

FUENZALIDA, V.

2005 *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Colombia: Norma.

HERNÁNDEZ, G.

2001, junio Introducción a la teoría de la educación para los medios. En: *Anuario ININCO. Investigaciones de la comunicación*, N° 13, vol. 1. Caracas.

JURE, R.

2002 *La televisión, lo doméstico y lo cotidiano*. Argentina, Editorial Brujas.

KAPLÚN, M.

1985 *El comunicador popular*. Ecuador: CIESPAL-CESAP-Radio Nederland.

LA NACIÓN

2000 La familia frente a la TV. Recuperado el 26 de octubre de 2006 de <http://www.lanacion.com.ar/30555-la-familia-frente-a-la-tv>

LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

2007 10 de diciembre Gaceta extraoficial N° 5.859, República Bolivariana de Venezuela, Asamblea Nacional.

LIPMAN, M.

1998 *Pensamiento complejo y educación*. Madrid: Ediciones La Torre.

MARTÍNEZ DE TODA, J.

1998 Las seis dimensiones de la educación para medios. *Revista Comunicación*, 103.

MERIELLES, A.

2005, agosto *Niños y consumo televisivo en América Latina. Televisión de Calidad*. Documento presentado en la IV Muestra y Seminario Internacional Compromiso por una Televisión de Calidad para la Infancia en Colombia, Bogotá, Colombia. Recuperado el 30 de octubre de 2006, de

<http://www.comminit.com/la/tendencias/tendencias2004/tendencias-95.html>

PETIT, C. (2002). *Un Televisión la caja que socializa. Los medios de comunicación y la construcción de la cotidianidad*, Argentina, Editorial Brujas.

RONCAROLO, C.

2010 Consumo televisivo en niños y adolescentes argentinos y latinoamericanos. Chicos y jóvenes de hoy, frente a la TV. Recuperado el 15 de octubre de 2006, de <http://oteve.files.wordpress.com/2010/11/consumo-televisivo-en-nic3b1os-y-adolescentes-argentinos-y-latinoamericanos.pdf>