



**MILAGROS RODRIGUEZ**

# **LA EDUCOMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE EDUCADORES Y COMUNICADORES SOCIALES**



**MILAGROS RODRIGUEZ**  
**mcr231@gmail.com**  
**Doctora en Humanidades,**  
**Comunicadora Social**  
**Gerente del Arte de Comunicar**  
**Diciembre 2018**



## RESUMEN

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, a través de los medios. Es por ello, que la labor educativa y comunicacional hace necesario que los profesionales en estas disciplinas posean una formación educomunicativa sobre los mensajes que producen y se difunden a través del medio televisivo tradicional o a través de la Web. Todo ello, con la intención de contribuir en la labor de la educación para los medios. Por esta razón, es relevante indagar si los futuros profesionales en Educación y Comunicación Social están siendo formados en el análisis de los medios y cómo desde su perspectiva identifican aspectos de la educomunicación en su formación. El presente artículo presenta la experiencia de dos grupos focales para abordar esta preocupación.

**Palabras Claves:** Comunicadores Sociales; Educadores; Educomunicación; Televisión.

## EDUCOMMUNICATION IN THE TRAINING OF EDUCATORS AND SOCIAL COMMUNICATORS

### ABSTRACT

Perhaps the area of our society that constantly experiences a process of continuous changes and that influences other sectors of the social, economic and political development of the countries, has been that of communication and information technologies, through the media. That is why the educational and communication work requires that professionals in these disciplines have an educommunicative training on the messages they produce and disseminate through the television medium. All this, with the intention of contributing to the work of education for the media. For this reason, it is relevant to investigate if future professionals in education and social communication are being trained in media education and to analyze how from their perspective they identify aspects of educommunication in their education. This article presents the experience of two focus groups to address this concern.

**Keywords:** Social Communicators; Educators; Educommunication; Television.

## INTRODUCCIÓN

La educación para los medios es cada vez más necesaria en el desarrollo de nuestras sociedades, las cuales se adaptan a los continuos procesos de innovación de las tecnologías de la comunicación y la información. En este sentido, es necesario reflexionar sobre los contextos en los cuales nos desenvolvemos, considerando que “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” (Roda y Beltrán, 1988:26).

Desde esta realidad, los medios de comunicación y en especial el televisivo<sup>1</sup> se expanden no sólo desde su propio lenguaje audiovisual sino a través de las plataformas de otras tecnologías para masificar su penetración e interactividad. Para disfrutar de los contenidos de la televisión ya no se requiere estar frente al aparato receptor acostumbrado o a la exclusividad de un horario. En la actualidad se puede disfrutar de las producciones televisivas desde

---

<sup>1</sup> En el contexto de este artículo cuando hablamos de medios de comunicación nos referimos a los medios tradicionales que cuentan con amplia audiencia y también de esos medios en la Web.



variados dispositivos, gracias a Internet. Moreno (1983:21) resume esta realidad al expresar que *“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 educación para los medios tiene como propósito abordar esta preocupación social, reconociendo la necesidad del trabajo en equipo entre comunicadores sociales y educadores para contribuir con la formación de audiencias cada vez más capaces de hacer uso de los medios de comunicación y participar de ellos como audiencias que consumen y también producen información.

Al respecto, es necesario preguntarnos, si los educadores y comunicadores venezolanos, son formados en la disciplina de la educomunicación. Partiendo de esta realidad, enfocados en el medio televisivo, se realizó el presente estudio con el propósito de identificar cuáles aspectos de la educomunicación destacan los estudiantes de comunicación social y educadores en su formación.

### **EL ESTUDIO**

El propósito del estudio estuvo dirigido a elaborar una aproximación sobre el nivel de información que poseen los estudiantes de Comunicación Social y Educación sobre la educomunicación en los mensajes televisivos, a través de los contenidos que le son impartidos en los programas de estudio de sus respectivas carreras. Recurriendo a una investigación de campo la aproximación se efectuó con los estudiantes de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

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 Escuelas mencionadas anteriormente. Para ello, 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 para cada grupo, 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 estas carreras.
- Apreciar si los estudiantes de ambas Escuelas están al tanto de la importancia del 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.

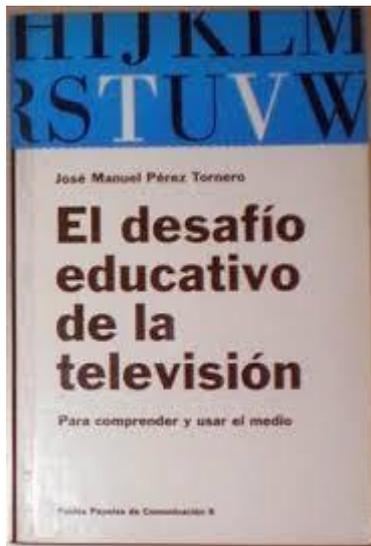
Para ello, se realizó una prueba piloto, la cual permitió corregir detalles en la formulación de las preguntas que fueron revisadas por un especialista. Los estudiantes invitados a participar en las entrevistas grupales fueron aquellos que cursaban los últimos tres semestres de las carreras de formación, con el propósito de garantizar que los entrevistados ya contarán con la mayor formación académica de sus programas de estudios.

La duración de la actividad con los grupos focales fue de 40 min cada uno.

### **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) en *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 reflejaron 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.



Foto cortesía de: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTIs\\_H8nbNNQf6nL9gof5Z1HPwokTwenh\\_5y6acvK7uaM3JoM5IJA](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTIs_H8nbNNQf6nL9gof5Z1HPwokTwenh_5y6acvK7uaM3JoM5IJA)

- 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 formados 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.



Cortesía de: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTO5achD5KVuuCwSt2z9WCQZPNqq\\_KZXe65BTYv91qjtQ20oI5dEA](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTO5achD5KVuuCwSt2z9WCQZPNqq_KZXe65BTYv91qjtQ20oI5dEA)



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 respecto 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 positivos espacios que permitan incentivar la visión crítica del medio desde la labor comunicacional y como televidentes.

## REFERENCIAS

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1970). *Pensum de Estudios*. Caracas: UCV.

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1978). *Pensum de estudios*. Caracas: UCV.

Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela (1996). *Pensum de estudios*. Caracas: UCV.

Ferrés, J (1994). *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.

Moreno, G. (1983): *Introducción a la comunicación social actual*. Madrid: Editorial Playor.

Roda, F. y Beltrán, R. (1988). *Información y comunicación*. Barcelona, Es: Editorial Gustavo Gili.

Licencia [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/)

Síguenos en nuestras redes sociales:

**@Cambio\_UCV**

<https://cambiouniversitario.wordpress.com/>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011606378160>

**Universidad Central de Venezuela**  
**Caracas-Venezuela**