



MILAGROS  
RODRÍGUEZ

# LA EDUCOMUNICACIÓN TELEVISIVA EN LAS ESCUELAS DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA



MILAGROS RODRÍGUEZ  
mcr231@gmail.com  
Doctora en Humanidades,  
Comunicadora Social  
Gerente del Arte de Comunicar  
Noviembre 2018



## LA EDUCOMUNICACIÓN TELEVISIVA EN LAS ESCUELAS DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

### RESUMEN

La dinámica mediática constituye un escenario para el estudio sobre las múltiples interacciones que poseen las audiencias con los medios, en especial el televisivo, el cual emplea los avances de las tecnologías de la comunicación y la información para difundir sus contenidos y formar parte de la dinámica social. La educación para los medios promueve la necesaria labor que deben realizar los educadores y comunicadores sociales para contribuir con una conciencia crítica frente a los mensajes del medio televisivo. Sin embargo, ambos profesionales también deben ser formados en la disciplina de la educomunicación para que se encuentren sensibilizados sobre este tema, en consonancia con su responsabilidad social para convivir activamente con los mensajes de los medios y obtener aprendizajes útiles para la formación cultural, educativa, moral, política y social. En este sentido, a continuación, presentamos un resumen de los resultados sobre la identificación de aspectos vinculados a la educomunicación televisiva en la formación universitaria para educadores y comunicadores del trabajo de investigación doctoral, titulado: "Análisis de la Pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela".

**Palabras Claves:** Televisión; Educomunicación; Educadores; Comunicadores Sociales; Programas de Estudio; Universidad Central De Venezuela.

### TELEVISION EDUCOMUNICATION IN THE SCHOOLS OF EDUCATION AND SOCIAL COMMUNICATION AT THE CENTRAL UNIVERSITY OF VENEZUELA

The media dynamics constitutes a scenario for the study of the multiple interactions that audiences have with the media, especially television, which uses the advances of communication and information technologies to disseminate their contents and be part of the dynamics Social. Education for the media promotes the necessary work that educators and social communicators must do to contribute with a critical conscience in front of the messages of the television medium. However, both professionals must also be trained in the discipline of educommunication so that they are aware of this issue, in line with their social responsibility to actively coexist with the messages of the media and obtain useful lessons for cultural, educational, moral, political and social. In this sense, we present below a summary of the results on the identification of aspects related to television educommunication in university education for educators and communicators of doctoral research work, entitled: "Analysis of television pedagogy of university educommunication in Venezuela".

**Keywords:** Television; Educommunication; Educators; Social Communicators; Study Programs; Central University of Venezuela.

### INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la comunicación y la información cada día superan las barreras del tiempo y del espacio para penetrar y transformar la dinámica social en la cual nos desenvolvemos. Los medios de comunicación se adaptan a esta constante evolución que genera más interactividad

en una realidad globalizada y caracterizada por lo audiovisual y mediático. Por esta razón, el ecosistema comunicacional siempre será un punto de partida para conocernos como sociedad.

Sin duda alguna, esta realidad nos pone en evidencia que sería un error el pensar

que debemos sustraernos de los medios y las herramientas técnicas que los envuelven y masifican, y por ello, es necesario el análisis del papel que representan en el cúmulo de sensaciones, emociones e interacciones que estimulan mediante el entretenimiento, la información y la educación. Un ejemplo de ello, es el medio televisivo, el cual a través de sus diferentes modalidades de producción y difusión ha multiplicado cada vez más sus accesos en cualquier lugar y momento, gracias a los recursos técnicos y de marketing que le incorporan constantemente.

# EDU COMUNICACIÓN

Cortesía: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTnjXkl\\_yEASzKLNf-vh7IIFkb88Odu9M8hv3YD1dMUvfNcZxivIQ](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTnjXkl_yEASzKLNf-vh7IIFkb88Odu9M8hv3YD1dMUvfNcZxivIQ)

En este contexto, donde se evidencia la necesidad de reflexionar sobre este ámbito y brindar nuevas miradas en las relaciones evidentes entre educación, comunicación y tecnologías, se diseñó desde la disciplina de la educación para los medios, el proyecto de investigación para optar al título de Doctor en Humanidades, titulado: *Análisis de la pedagogía televisiva de la educomunicación universitaria en Venezuela*.

Esta investigación, se concentró en la necesidad de promover la educomunicación para el medio televisivo, específicamente desde la formación académica de los educadores y comunicadores sociales, para contribuir desde el ejercicio de ambas profesiones con lo expuesto en la Declaración sobre

Educación de los Medios de la UNESCO (1982) y en cumplimiento de las Leyes nacionales que promueven esta disciplina. En virtud, de que a pesar que los educadores y comunicadores sociales son claves en el proceso de la educación para los medios no son necesariamente formados en esta disciplina y la normativa legal no es cumplida eficientemente gracias a la poca articulación por parte del Gobierno con las instituciones académicas.

Para ello, dentro de los objetivos específicos del estudio se contempló identificar aspectos vinculados sobre la educomunicación televisiva en la formación universitaria para educadores y comunicadores en el país, recurriendo a una investigación documental y tomando como centro de estudio los componentes de los programas de las Escuelas de Educación y Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, institución pionera en la formación de ambas profesiones, según datos de la OPSU.

## El estudio

El propósito de este estudio fue reconocer aspectos vinculados a las diferentes dimensiones de la educación para los medios que son consideradas por Martínez de Toda (1998) en el campo televisivo y no representan un análisis del diseño curricular de las Escuelas antes mencionadas. Las dimensiones que ejemplifican de forma integral la pedagogía de los medios, agrupan un compendio de los diferentes enfoques teóricos vinculados con la educomunicación, las cuales giran en torno a los sujetos como audiencia. Martínez de Toda las resume de la siguiente forma:

- 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.

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 de los planes de estudios, para identificar sólo aquellos que estaban vinculados con el área audiovisual y las Ciencias de la Comunicación, contenidos relacionados al tema investigado en el presente trabajo. A continuación se 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, 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 materias 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.



Cortesía de [http://static.wixstatic.com/media/8b34d4\\_80e5bc6b7a3042c58100e01e2dff34a3.jpg/v1/fill/w\\_909,h\\_903,al\\_c,q\\_85,usm\\_0.66\\_1.00\\_0.01/8b34d4\\_80e5bc6b7a3042c58100e01e2dff34a3.webp](http://static.wixstatic.com/media/8b34d4_80e5bc6b7a3042c58100e01e2dff34a3.jpg/v1/fill/w_909,h_903,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01/8b34d4_80e5bc6b7a3042c58100e01e2dff34a3.webp)

-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, 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. Las cátedras que conforman al departamento son las siguientes: Fotografía, Cine, Radio y Televisión, y las asignaturas: 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. Entre las asignaturas que conforman al departamento se



encuentran: 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.

b) Escuela de Educación:

- Componente de Formación General. Las asignaturas estudiadas en este componente fueron las siguientes: Lenguaje, Pensamiento 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, Teoría Pedagógicas Contemporáneas.

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

- Mención Educación Preescolar y 1era Etapa de Educación Básica: Artes Plásticas, Expresión Verbal y Literaria, Expresión Psicomotriz y Musical.
- Mención Desarrollo de Recursos Humanos: Comunicación Organizacional, Diseño, Producción y Evaluación de Medios Instruccionales, Sistemas de Información.
- Mención Diseño y Gestión de Proyectos Educativos: Sistemas de Información.

- Estudios Universitarios Supervisados: Introducción a las Ciencias Sociales, Técnicas de Documentación e Información, Psicopedagogía, Relaciones Interpersonales.

De esta manera, se procedió al diseño de un instrumento que permitió la revisión

desde el punto de vista educocomunicativo 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 Martínez de Toda (1998), el cual fue avalado por un especialista antes de su aplicación.

**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 educocomunicación 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 (1994:24) 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 de 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 Martínez de Toda (op. Cit.) 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 cómo 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 Información y Comunicación, 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 de 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 del análisis 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 discurso 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, el análisis 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 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 una materia electiva, 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 estudios de televisión 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 co-textuales 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.

#### **Referencias:**

*Apuntes: Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela* (1987). 1, diciembre.

Díaz, R. E. (1987). *Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social UCV 1946-1986*. Caracas: Alianza Gráfica Editorial.

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1970).



*Pensum de Estudios*. Caracas: Escuela de Comunicación Social.

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

Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (1987). *Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social*. Caracas: Escuela de Comunicación Social.

Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela (1996). *Reforma Curricular de la Escuela de Educación*. Caracas: Escuela de Educación.

Herrera, A. (S.F). Actualización del diseño curricular de la Escuela de Comunicación Social: Apuntes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Caracas: Escuela de Comunicación Social.

Martínez de Toda, J. (1998). *Las seis dimensiones de la Educación para los Medios*. Roma. Disponible en: <http://www.uned.es/ntedu/español/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/artimartinez.htm>.

Pérez Tornero, J. (1994). *El desafío educativo de la televisión*. Madrid: Ediciones Paidós.

UNESCO (1982). *Declaración sobre Educación de los Medios*. Paris: UNESCO. Disponible en: [http://www.unesco.org/education/pdf/ME\\_DIA\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/ME_DIA_S.PDF).