

**ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN Y PRÁCTICA EN  
COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN COLOMBIA (1998 – 2007)**

**JADÍN SAMIT VERGARA BARRERA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

**2007**

**ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN Y PRÁCTICA EN  
COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN COLOMBIA (1998 – 2007)**

**JADÍN SAMIT VERGARA BARRERA**

Documento presentado como resultado del trabajo del grado para optar al título de  
Comunicador Social con énfasis en Comunicación para el Desarrollo

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

**2007**

\_\_\_\_\_ Nota de aceptación

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Cartagena de Indias D. T. y C., 14 de junio de 2007

*“La promesa de los nuevos lenguajes, medios y modelos de comunicación se construye sobre un terreno sólido, pero con argumentos débiles, uno de los problemas sobresalientes en la creación mediática actual es la carencia de concepto, de ideales y de compromisos, el manejo y acumulación de información sin direccionales fijas desemboca en la gran cantidad de basura que nos rodea”.*

**Carmen Vil Vrolijk.**

*“La comunicación no puede ser entendida como divulgación, o información, la comunicación es un proceso complejo que atraviesa todo el entramado social y por ello tiene la potestad y la obligatoriedad de educar”.*

**Raquel Sofía Amaya Arias.**

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios. Gracias por darme fuerzas en tiempos en que desee rendirme, por darme ánimo cuando mi voluntad casi caía, por darme amor cuando la tristeza me invadía y por darme oportunidades cuando más las necesité, pero sobretodo, gracias por darme amigos cuando creí que estaba solo.*

*A mis viejos del alma. Gracias por confiar siempre en mí y en mis decisiones. No fui un gran médico como siempre lo desearon, pero con toda seguridad seré un excelente comunicador social.*

*A los amigos que siempre llevaré en el corazón. Una etapa termina, pero con toda seguridad tendremos la oportunidad de vernos en el futuro bajo una lupa distinta. Mi Vero, la Kelly, la Margara, el Humbert, la sexy... de esos niños hoy quedan grandes profesionales.*

*A mis padres. Hay cosas que nos fortalecen cada día.*

*A ACECS. Gracias por enseñarme que la U es más que el salón de clases y que la vida es mejor cuando se tiene buenos amigos. Mi Diani, mi Chris, La Lo, La Jú, mi Cami... a todos; gracias por enseñarme, por soportarme y por aprenderme... los quiero y los querré por siempre.*

*A mis madrinas... gracias... muchas gracias. Las llevaré en el corazón, en el alma y en la mente. Sin ustedes este camino habría sido diferente.*

*A mi U. Recuerden siempre que la mejor manera de hacer paz es educar. Gracias por dejarme vivir y hacer, por dejarme disfrutar y conocer, por darme oportunidades y libertades, y por hacer de mí el profesional que soy. Daniel, tu asearía es lo mas valioso en este trabajo. Gracias.*

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	8
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	11
<b>3. RESUMEN</b> .....	13
<b>4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN -¿QUÉ SE INVESTIGA?-</b> .....	20
<b>5. LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN -¿QUÉ SE BUSCA?-</b> .....	23
5.1. Objetivo general .....	23
5.2. Objetivos específicos .....	23
<b>6. ANTECEDENTES -EL ÚLTIMO Y ÚNICO ESTADO DEL ARTE RECONOCIDO EN EL PAÍS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN-</b> .....	24
6.1. ¿Cómo se hizo ese Estado del Arte? .....	25
6.1.1. ¿Qué pretendía investigar Herrán? .....	25
6.1.2. ¿Cuál fue el procedimiento que se usó? .....	25
6.1.3. ¿De dónde nació la idea del primer Estado del Arte? .....	26
6.2. Los contextos descritos por Herrán .....	26
6.2.1. El contexto latinoamericano .....	26
6.2.2. Los otros contextos .....	26
6.3. Estado del Arte desde el punto de vista académico .....	28
6.3.1. La investigación académica sobre comunicación/educación .....	28
6.3.2. Las facultades y la comunicación/educación .....	29
6.4. Estado del Arte en la práctica docente y desde la comunicación masiva .....	30
6.4.1. La práctica desde la comunicación masiva .....	30
6.4.2. La práctica docente .....	31
6.5. Las conclusiones y recomendaciones del primer intento .....	31
<b>7. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA -¿CÓMO SE LLEGÓ A LA META?-</b> .....	34
7.2. Resumen histórico .....	38
7.3. ¿Qué método implica la realización de un Estado del Arte? .....	39
7.4. ¿Qué metodología se escogió para este Estado del Arte? .....	41
7.4.1. Cuadro #1, sobre las áreas temáticas .....	42
7.4.2. Cuadro #2, sobre los avances .....	42
7.4.3. Cuadro #3, sobre las empresas que ejecutaron prácticas .....	43
<b>8. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA -¿CÓMO SE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN DESDE LO EXISTENTE?-</b> .....	45
8.1. El concepto de comunicación .....	45
8.2. El concepto de educación .....	46
8.3. La Educomunicación; punto de encuentro entre comunicación y educación .....	49
8.3.1. Educación en materia de comunicación .....	51
8.3.2. Educación para los medios de comunicación .....	53
8.3.3. Los medios de comunicación en la escuela .....	53
8.3.4. La educación y la escuela desde los medios .....	55

8.4. La educomunicación como la posibilidad de formación ciudadana.....	55
9. CONCLUSIONES -¿A DÓNDE SE LLEGÓ?-.....	57
10. RECOMENDACIONES -¿QUÉ SE DEBERÍA HACER DESDE AHORA?-.....	65
11. BIBLIOGRAFIA .....	69
12. ANEXOS .....	74
12.1. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 1, sobre los textos analizados.....	74
12.2. Fase 2: Clasificación de la información. Anexo 2, aplicación del cuadro 1 sobre las áreas temáticas.....	79
12.3. Fase 2: Clasificación de la información. Anexo 3, lista de prácticas analizadas.....	84
12.4. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 4, aplicación del cuadro modelo 2, parte 1; descripción (objetivos de las prácticas).....	85
12.5. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 5, aplicación del cuadro #1 sobre las prácticas, sobre las áreas temáticas.....	88
12.6. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 6, aplicación del cuadro 2, sobre los avances de las prácticas.....	89
12.7. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 7, aplicación del cuadro 2, medios usados por las campañas.....	92
12.8. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 8, aplicación del cuadro 2, sobre la entidad evaluadora de cada campaña.....	93
12.9. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 9. Aplicación del cuadro tres, sobre las empresas y los ejes temáticos.....	94
12.10. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 10, aplicación del cuadro 3, las entidades que contratan campañas.....	96
12.11. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 11, aplicación del cuadro 3, las entidades que financian campañas.....	97
12.12. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 12, aplicación del cuadro 3, los temas tratados en campañas.....	98
12.13. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 13. Las Facultades..	99
12.13.1. Universidad externado de Colombia.....	99
12.13.2. Corporación Universitaria Minuto de Dios.....	99
12.13.3. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.....	100
12.13.4. Universidad central de Colombia.....	101
12.13.5. Universidad Pedagógica Nacional.....	102
12.14. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 14, programas educativos de Señal Colombia.....	102
12.15. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 14, programas educativos de Canal 13.....	104
12.15. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 15, Caracterización del Programa Prensa Escuela.....	105
12.16. Cronograma de trabajo.....	106

## 1. INTRODUCCIÓN

Las dos frases iniciales (la de Amaya Arias y la de Vil Vrolijk) no son gratis. La primera representa una obligación que tienen los medios de comunicación y que todas las personas tienen que aprender exigir, y la segunda representa, en cierta medida, la situación que vive no sólo Colombia, sino parte del mundo entero, alrededor de la comunicación.

Las personas y las instituciones para el futuro cercano, desde la comunicación, tenemos que entender dos premisas fundamentales. Uno: la comunicación no es información ni divulgación, es un proceso. Dos: la comunicación, como proceso, sin ideales claros, sin conceptos y sin compromisos se convierte en esfuerzos separados que nunca van a llevar a ningún lado en tanto no se tiene claridad de hacia adonde se va.

El trabajo que a continuación se presenta es una investigación diseñada como trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social con énfasis en Comunicación para el Desarrollo y se realizó a través de una revisión documental que tardó cerca de un año para llegar a las conclusiones finales.

La metodología que se usó fue una revisión de Estado del Arte, conocida también como “una investigación sobre la investigación” en cuanto pretende revisar qué se ha hecho y qué aportes ha generado la investigación durante un tiempo determinado, para este caso se seleccionó el período comprendido entre junio de 1998, fecha en que terminó el último estudio de este tipo realizado en el país, y el mismo mes de 2007.

De igual manera se incluyó en este trabajo una revisión de las prácticas generadas en torno a la comunicación y educación durante el mismo período a fin

de conocer la relación entre teoría y práctica. El objetivo principal era realizar un Estado del Arte en materia educomunicativa que permitiera orientar las nuevas investigaciones y dar una guía para encaminar el trabajo hacía aquellas áreas que más lo necesiten, evitar las redundancias y permitir que los nuevos investigadores contaran con un documento útil a su trabajo.

Para esta investigación se empleó una metodología basada en tres fases, una primera de *contextualización* donde se incluye todo el diseño metodológico, la selección de los objetivos, las preguntas de investigación y los antecedentes, una segunda parte de *clasificación de la información* consistente en encontrar y organizar todos los datos útil a éste trabajo, esta parte se evidencia principalmente en los anexos donde están todas las tablas con los datos a partir de los cuales se llegó a las conclusiones, y una fase final o de *categorización* en la cual se obtiene, a través del análisis, los datos finales, las conclusiones, las recomendaciones y, para este caso en particular, el resumen. Esta es una metodología basada en los estudios de Gloria Calvo, profesora de la Universidad Pedagógica Nacional.

Es preciso anotar que en el documento llamado “Resumen” se refleja los resultados y el análisis de esta investigación respecto a las conclusiones obtenidas, de manera tal que los nuevos investigadores lo pueden usar como herramienta para guiar su trabajo.

Puesto que en el país sólo se reconoce un Estado del Arte en materia de comunicación y educación, éste se incluye en el texto como único antecedente. Dicho trabajo fue realizado por María Teresa Herrán, actual directora del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Central y se encuentra publicado en el libro *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación en Colombia*. La autora tomó como muestra temporal desde 1980 hasta junio de 1998 y realizó su estudio para el entonces Colegio Académico de Comunicación y Educación de la Universidad Pedagógica Nacional. Dicha división ya no existe.

En cuanto a la parte teórica, se hizo una revisión exhaustiva, que parte de la definición de lo que para este trabajo se entiende por comunicación, por educación y luego se definió el punto de encuentro (educomunicación) y todas las posibles conjugaciones que representan algún tipo de utilidad a la investigación. Estas definiciones se lograron a partir de textos nacionales, latinos e hispanos y desde organismos multilaterales como la UNESCO y los discursos emitidos en los informes Faure y Delors.

Antes de entrar en materia; estimados lectores y lectoras... una última recomendación, prepárese... porque lo que viene es el reflejo de una realidad que todos vivimos a diario y que muy pocos observamos, es el resultado del análisis de una práctica que puede llevar a las naciones al desarrollo, al mejoramiento de la calidad de vida y a un sistema educativo que explote todo el potencial del ser, por eso es importante darle el lugar que se merece y exigir su aplicación, no sólo desde la escuela, la educación (que no es lo mismo que escuela), desde el gobierno, desde las entidades privadas, los organismos internacionales, desde la academia y desde los medios de comunicación como institución que tiene la obligación y el deber de educar. La educomunicación.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Es necesario hacer un nuevo Estado del Arte en materia de comunicación y educación que dirija, o redirija, la investigación a futuro, de manera tal que no se redunde sobre los mismos temas, que se explore nuevas temáticas, y que genere lazos más cercanos entre la teoría y la práctica educomunicativa en Colombia.

Por otro lado, un nuevo Estado del Arte, desde la investigación y la práctica, permitiría conocer cuál es la situación actual de esta temática, y los resultados y los avances que se han tenido en cuanto a las propuestas académicas-investigativas, las prácticas docentes y las mediáticas, tomando como referente lo enunciado en el último Estado del Arte<sup>1</sup>.

Lo anterior, se plantea teniendo en cuenta que la última investigación de este tipo que se hizo en Colombia tomó como referente temporal desde 1980 hasta junio de 1998, tiempo desde el que han pasado ya nueve (9) años y, quizás, se han generado avances, nuevas propuestas, nuevas relaciones o se ha redundado sobre los mismos errores y confusiones en materia de educomunicación. Ante eso es necesario hacer un nuevo Estado del Arte que brinde luces sobre qué hay y qué hace falta en materia de comunicación y educación en el país.

A partir de eso sería posible conocer las fortalezas y debilidades que se han presentado durante ese período de tiempo, y entonces direccionar o proponer un nuevo rumbo para la comunicación y educación que permita mayores y mejores

---

<sup>1</sup> El último estado del arte de la investigación y las prácticas en comunicación y educación fue diseñado por María Teresa Herrán en el CACE –Colegio Académico de Comunicación y Educación- de la Universidad Pedagógica Nacional en 1997 y fue publicado el siguiente año como el capítulo 1 del libro *“Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación”*, en la colección Horizonte de la educación y la comunicación.

resultados en cuanto a la producción investigativa, docente y mediática, de manera tal que sus efectos sobre la sociedad sean pertinentes de acuerdo al contexto colombiano.

Dicho Estado del Arte debe partir, necesariamente, de las conclusiones expresadas por María Teresa Herrán<sup>2</sup> en el libro *“Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación”*<sup>3</sup> como antecedentes, de forma tal que se pueda hacer un análisis comparativo que indique el avance en materia de comunicación y educación en cuanto a prácticas y teorías de Colombia.

---

<sup>2</sup> HERRAN, María T. Comunicadora Social y Abogada con postgrado en Política. Es actualmente la Directora del Programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Central de Colombia, pero al momento de la realización de Estado del Arte del cual se ha hablado en este documento, trabajaba para la Universidad Pedagógica de Colombia en el diseño y montaje del Colegio Académico de Comunicación y Educación –CACE- junto a Marco Fidel Zambrano y Jesús Martín-Barbero. El CACE dejó de funcionar en el 2002 por motivos presupuestales y organizativos de la entidad que lo manejaba.

<sup>3</sup> El libro está dividido en tres capítulos, el primero que pertenece a María Teresa Herrán y es el que interesa para efectos de investigación, el segundo que pertenece a Jesús Martín-Barbero y un tercero, escrito por Marco Fidel Zambrano.

### **3. RESUMEN**

Comunicación y educación por separados son procesos que no van más allá de mantener las relaciones entre pares, y de construir sociedad a partir de viejas prácticas que no ofrecen un panorama más allá de su propio contexto y tradición, mientras que al unirse se presenta un amplio ramo de nuevas posibilidades para la interacción, la integración, el desarrollo social, cultural y político, que finalmente llevan a la creación y el respeto por los acuerdos mínimos democráticos para la vida en comunidad.

Dichos acuerdos pasan desde la educomunicación a la movilización y al empoderamiento social en busca de una vida mejor, donde cada ser tiene la posibilidad de participar en igualdad de condiciones desde lo conceptual y desde el de la herramienta.

Nueve años han pasado desde al anterior Estado del Arte en materia de comunicación y educación en Colombia. Muchos aspectos han cambiado para bien, otros lo han hecho para mal, algunos se mantienen iguales y otros han generados procesos que ofrecen una prospectiva de futuro bastante favorable para la educomunicación.

Pese a los muchos avances que habido en los últimos años, sobretodo desde la práctica, es importante anotar que la educomunicación en Colombia está invadida de malos entendidos y estereotipos negativos que no han permitido que haya sinergia entre los distintos ejes temáticos que conciernen a esta unión. Herrán en su momento habló de que era necesario romper esas barreras, ahora esto se convierte en un peligro latente que no ha permitido dimensionar los avances de la manera adecuada, y que a futuro se podría convertir en un desestabilizador del desarrollo que hasta el momento presenta la relación comunicación-educación.

En este sentido es preciso anotar que para garantizar un futuro deseable en este campo, es importante que los investigadores y pensadores de la educomunicación se encarguen de proponer prácticas y teorías para el cambio de mentalidad sobre el campo mismo. Es decir, se deben buscar mecanismos para evitar que se siga pensando que sólo los medios tradicionales educan, que los medios comerciales y privados sólo entretienen e informan, que no se puede conjugar de manera adecuada la relación comunicación y educación desde los medios, que la educomunicación consiste en incluir equipos técnicos en el aula de clases, que la escuela representa lo lineal y los medios lo entretenido, y que los medios sólo crean antivalores y distraen la atención del ser.

Por otra parte, en el anterior Estado del Arte se consideraba que existía una inconsistencia entre el qué se decía, toda vez que era bastante, y el qué se hacía (puesto que existían pocas iniciativas prácticas). Ahora parece que se ha dado un giro positivo. El número y la calidad de las estrategias de comunicación y educación para la movilización social son bastante ambiciosos y prometen el dimensionamiento de una herramienta de punta de lanza que con toda seguridad, si se la da el manejo adecuado, será de gran apoyo para el desarrollo del país.

En cuanto a la teoría es importante anotar que es bastante, que se ha avanzado, aunque a paso lento... pero se ha avanzado hacia nuevas temáticas. Sería injusto decir que proyecta un futuro tan positivo como la práctica. Es en esta parte donde más se deberá trabajar y hacer ajustes si se quiere que la educomunicación funcione como hasta el momento lo ha hecho. Además, se deberá hacer un gran esfuerzo por crear un alineamiento estratégico entre los dos aspectos (teoría y práctica) a fin de generar procesos verdaderamente productivos. Ya lo decía Vil Vrolijk, los nuevos modelos de comunicación; sin metas y sin compromisos claros podrían perder la solidez bajo la que se sustentan y convertirse en basura mediática.

Desde la perspectiva teórica es necesario anotar que los nuevos investigadores deberán olvidar algunos aspectos y preguntas de investigación tales como “qué es la educomunicación” y “cómo se da la relación comunicación-educación” toda vez que ya han sido explotados bastante, y deberán avanzar hacia temáticas más contemporáneas como el estudio de la multimedia educativa, la alfabetización en la red y la alfabetización digital, se deberá avanzar hacia el estudio del uso de los medios en la escuela y la búsqueda de prácticas que permitan romper los paradigmas que desde ella se generan alrededor del uso de los medios. De igual manera es importante que se siga investigando sobre la construcción ciudadana y la ciudad educativa que plantea la UNESCO, como ha venido sucediendo hasta ahora.

En cuanto a las metodologías es importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales a futuro. El primero; es necesario hacer más estudios de casos, toda vez que éstos llevan a planeamientos que le permiten a la teoría observar más de cerca la práctica; su funcionamiento, en qué se falla, en qué se avanza y cómo se puede mejorar. Y dos, es prioridad investigar para la búsqueda de modelos y técnicas que se puedan aplicar a la realidad, tratar de encontrar mecanismos para que las entidades que deseen ejecutar campañas se basen en ellos como fundamento metodológico sólido y no se aventuren sobre métodos que posiblemente no van a dar resultados.

Respecto al quién investiga, es preciso anotar que se deben hacer muchos ajustes a futuro. Por un lado, es una obligación y un compromiso con la sociedad que las facultades de educación tomen la temática como una prioridad, toda vez que hasta ahora gran porcentaje de la investigación se hace desde las facultades de comunicación y por tal razón se busca construir sociedad desde los medios como educadores, y no se hacen esfuerzos (ni teóricos ni prácticos) por analizar y practicar el uso de los medios en la escuela.

Por otro lado, quizás la falencia más radical encontrada en esta investigación, los medios tienen que estudiar la realidad y no suponerla como se hace cien por ciento hasta ahora. Los medios tienen que pasar del discurso de que a través de ellos sí se puede educar a la práctica. De nada sirve saber que tienen que hacerlo, pero hacerse los de “la vista gorda” ante la realidad. En este sentido es muy importante que el Estado se preocupe por hacer cumplir la ley y por generar una legislación de castigo y premio a fin de que se haga un correcto uso del término educación desde los medios de comunicación privados.

En este mismo sentido, es necesario que las facultades de comunicación y las de educación motiven a sus estudiantes a investigar la comunicación y educación, y formen líneas de estudio sobre la temática. Esto teniendo en cuenta que en el período correspondiente a esta investigación desapareció más del cincuenta por ciento de las especialidades o divisiones basados en la educomunicación. Si esto no se hace, es posible que a futuro el número de trabajos sobre el área disminuya notablemente y se afecte el curso positivo de los últimos años.

Sobre la práctica es preciso anotar que se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo social y el cambio de hábitos de convivencia en el país. Parece que se cumplió al pie de la letra la sugerencia de Herrán “...es necesario desglosar el elemento comunicativo en los esfuerzos de solución práctica de conflictos de manera prioritaria...” y se acogió el concepto de ciudad educativa de la UNESCO. Es necesario que, además de continuar con el mismo ánimo que hasta ahora, se busque la materialización de prácticas que enseñen el uso adecuado de los medios de comunicación en la escuela.

El auge de las prácticas en comunicación y educación se debe a que el Estado descubrió en ellas la forma más adecuada de cumplir con algunas de sus metas, como el enseñar a las personas cuáles son y cómo reclamar sus derechos, y además, la manera adecuada para generar hábitos que garanticen una mejor

calidad de vida. De igual manera, la empresa privada vislumbró en ella la posibilidad de disminuir costos innecesarios, toda vez que al enseñarles a las personas a cuidar el cuerpo, por ejemplo, no tendrían que gastar tanto dinero en curarlo. Y finalmente, los organismos internacionales vieron en la educomunicación una posibilidad de inversión que, con toda seguridad, se viera retribuida sobre la sociedad.

En lo referente a la escuela, desde esta investigación se toma una mirada distinta a la que había planteado Herrán en la anterior, toda vez que la autora planteaba que la escuela, como institución, tenía que recuperar el espacio que había perdido ante otras como los amigos y los medios de comunicación. Ahora es importante que las instituciones sociales reconozcan que ninguna función es exclusiva de alguna de ellas (aunque cada institución tiene más propiedad sobre unas u otras). Lo que tienen que hacer es generar un proceso de acompañamiento entre todas que permita reforzar las falencias que presenta cada una, y así permitir que las personas las apropien.

Lo más importante para la escuela es reconocer que tiene, prioritariamente, el trabajo de volver cotidiana la reflexión sobre los medios de comunicación y no estereotipar sus usos, y además, tiene que concebir programas de estudios que incluyan a los medios; su análisis y consumo como parte fundamental.

De igual manera el Estado y la escuela (como entidades privadas) tienen que invertir mayor cantidad de dinero en la capacitación de docentes y estudiantes hacia el uso y análisis de los medios, para que no siga sucediendo lo que hasta ahora con muchas emisoras escolares que, pese a tener los recursos técnicos necesarios para entrar en funcionamiento, no lo hacen por falta de conocimientos sobre cómo concebir ideas y planes de medios creativos y educativos. Ésta es una falencia que se viene evidenciando desde el anterior Estado del Arte, y no se ha hecho ningún esfuerzo por subsanarla, la causa principal: falta de iniciativa de

investigación y ejecución de prácticas desde las facultades de educación y las escuelas.

Por otra parte, los medios de comunicación, y sobretodo los privados y en especial la radio y la televisión, se convierten en “el eslabón perdido de la cadena”, toda vez que desde ellos se presenta una actitud cerrada hacia el cambio. Actitud que se ve perjudicada por las leyes de oferta y demanda a que están sometidos por el mercado.

Ya se superó lo que Herrán llamó la “etapa de campañas”, pues el cambio generado como un esfuerzo conjunto entre el Ministerio de Educación Nacional, el de Cultura y el de Comunicaciones sobre el canal Señal Colombia, la creación del Canal Institucional y otros como Canal 13, ha permitido la emisión de programas educativos dirigidos a niños, jóvenes y adultos, con alto grado de creatividad e impacto como Cromosomos, Chinkanarama, Profesor Súper-O, Rutas del saber hacer y Dile más. Ahora falta que Canal Caracol y RCN, que tienen un nivel de emisión de este tipo de programas nulo, se animen a hacerlo.

De igual manera es importante reafirmar que el nivel de investigación desde los medios es cero, y además no se preocupan por ejecutar estrategias de comunicación y movilización social por iniciativa propia, es decir, todas las que han tenido un dimensionamiento nacional a través de medios radiales y televisivos es porque han pagado la pauta o la han emitido a través de los convenios interinstitucionales o los Códigos Cívicos de la Comisión Nacional de Televisión.

Desde esta óptica es importante que los entes gubernamentales se sigan preocupando por la comunicación educativa y que se sigan haciendo esfuerzos conjuntos entre los tres ministerios involucrados por legislar, premiar y castigar a quien lo merezca. De igual manera es importante que la Comisión Nacional de Televisión siga dedicando partidas económicas a la inversión en campañas de

bien público, que fortalezca los Códigos Cívicos y los convenios interinstitucionales, y que cree y fortalezca incentivos como los Premios India Catalina de Televisión 2007 donde se fundó categorías dedicadas a los programas educativos más importantes e impactantes del año.

Finalmente, es importante invitar a todas las empresas que contratan campañas de comunicación y educación a que las sometan a procesos de evaluación externa, de esa manera se garantiza mayor transparencia en dicha fase, y además se llega a conocer qué debilidades y fortalezas tiene el proyecto, y así poder usarlos como herramientas para lograr mayor impacto sobre la población objetivo.

De igual manera es importante que todos (empresas gubernamentales, privadas, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales, la escuela, las personas de común, los organismos internacionales... absolutamente todos), entiendan a la comunicación como lo que es: un proceso, y no como información o divulgación, en este sentido podría explotar todo el potencial que ésta tiene para apoyar el desarrollo social de las naciones.

Para la comunicación y la educación... una cosa más, y aunque suene repetitivo, es necesario que se cree una alineación estratégica entre la teoría y la práctica que permita conjugar correctamente el potencial que ofrece la educomunicación. Es necesario saber hacia donde se debe avanzar desde cada uno de los aspectos, y así garantizar, en el futuro, la existencia de esta herramienta.

#### 4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN -¿QUÉ SE INVESTIGA?-

De acuerdo a lo planteado por Jorge Huergo (citado por Herrán, 1999)<sup>4</sup>, para poder esbozar un problema de investigación en comunicación y educación, es indispensable, como punto de partida, clasificar lo que se entiende por ellas y sus puntos de encuentro, de forma tal que sea posible identificar cuál es la prioridad a investigar en este campo.

En principio todo parte de la relación que se hace desde el concepto de Educomunicación, que, según la Asociación de Educomunicadores de España - Aire Comunicaciones<sup>5</sup>, es un espacio destinado a extraer todo el potencial de la unión comunicación-educación y la relación que tiene con las diferentes áreas de la Comunicación Social.

Desde esta óptica, se afirma entonces que se puede hacer cualquier tipo de relación entre comunicación y educación, donde la primera representa las prácticas formativas de los medios y la segunda los procesos educativos de la escuela. Según Aire Comunicaciones, se puede considerar las siguientes perspectivas: educación en materia de comunicación, educación para la comunicación, educación por la comunicación y educación en comunicación, cada uno con sus propios matices.

Ésta visión está sesgada, de forma tal que se establece un orden conceptual donde la educación se muestra como un factor que sirve a la comunicación y no viceversa o ambas, y así se presenta en la realidad (en las prácticas), dejando a la

---

<sup>4</sup> HUERGO, Jorge A. *Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Ediciones Periodismo y Comunicación. Universidad de la Plata (Buenos Aires, 1996). Citado en HERRÁN, María T. *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación*. Ed. Universidad Pedagógica de Colombia (Colombia, 1999).

<sup>5</sup> Asociación de Educomunicadores de España –Aire Común- (2006) “Qué es la educomunicación”, [en línea], disponible en: <http://airecomun.com/Educo.htm>, recuperado: 23 de octubre de 2006.

luz de los nuevos investigadores un primer punto de desencuentro entre la teoría y la práctica.

A esta discusión hay que sumarle la constante contradicción que se presenta en la práctica entre la comunicación y la educación. Así, desde la escuela se plantea que los medios de comunicación, y especialmente la televisión, rompen con los valores morales y los procesos educativos de la sociedad. María Teresa Herrán describe esta confusión argumentando que "... solo transmiten antivalores, distraen el estudio y propician el consumismo (los medios de comunicación)"<sup>6</sup>.

Y por otra parte, desde los medios se piensa que la escuela es totalmente lineal, que está basada únicamente en los libros y no en las prácticas. En este sentido, se observa un distanciamiento entre los dos campos a través de estereotipos que pueden no ser ciertos y que obstruyen los procesos que desde esta unión se podrían generar.

En el último Estado del Arte que se hizo en Colombia en materia de comunicación y educación, se evidencian aspectos fundamentales que muestran cuál era la situación de los dos puntos de desencuentro expuestos anteriormente hasta junio de 1998. Al final, la conclusión no fue nada favorable para el país, pues todas las respuestas le apuntaban una confusión que no permitía avanzar en este campo desde la investigación, y mucho menos desde las prácticas.

Teniendo en cuenta los posibles avances o modificaciones que se podrían haber generado desde junio de 1998 hasta hoy, es necesario plantearse una serie de preguntas que ameritan ser respuestas en un nuevo Estado del Arte, así:

---

<sup>6</sup> Herrán, M, (1999), "*Pistas para el encuentro comunicación/educación. Estado del Arte en comunicación/educación en el Distrito Especial de Bogotá dentro del contexto Latinoamericano*", en Perdomo, O. (comp.) *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación*. Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, (Colombia), pp. 13-145.

- ¿Cuál es el Estado del Arte de la producción investigativa en materia de comunicación y educación en Colombia hoy?
- ¿Qué nuevas tendencias se han generado en cuanto a prácticas y teorías en materia de comunicación y educación desde junio de 1998 hasta hoy?
- ¿Cuáles agentes (Instituciones gubernamentales, ONG, universidades, medios de comunicación, y actores independientes y privados) han estado investigando y proponiendo prácticas sobre la línea de comunicación y educación?
- ¿Qué políticas ha planteado el Estado para apoyar la realización de proyectos investigativos y prácticas reales en materia educocomunicativa en el país?
- ¿Cuáles han sido las prácticas más representativas que se han hecho en Colombia en cuanto a comunicación y educación, quiénes las han ejecutado, de dónde sale el presupuesto que se requiere y cómo ha sido el proceso de evaluación de las mismas?

En general, todas estas preguntas podrían resolverse dando respuesta a ¿Qué ha pasado en cuanto a prácticas y teorías de comunicación y educación en Colombia desde junio de 1998 hasta junio de 2007? Esto sólo se resuelve con un nuevo Estado del Arte.

## **5. LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN -¿QUÉ SE BUSCA?-**

### **5.1. Objetivo general**

Hacer un Estado del Arte de la producción investigativa (teórica) y práctica (experiencias) de la comunicación y educación en Colombia, que tome como universo todo lo realizado entre junio de 1998 y junio de 2007.

### **5.2. Objetivos específicos**

- Hacer un análisis de las publicaciones que se han hecho en Colombia durante el período establecido para este Estado del Arte, que permita conocer cuáles son las nuevas tendencias teóricas en cuanto a comunicación y educación.
- Hacer un análisis comparativo entre los resultados de este nuevo Estado del Arte y el realizado por María Teresa Herrán que permita conocer si ha habido o no un avance en cuanto al pensamiento en comunicación y educación en Colombia.
- Realizar una revisión documental que permita conocer qué avances ha habido en cuanto a políticas estatales para la realización de proyectos investigativos y experiencias prácticas en comunicación y educación.
- Hacer un recorrido por las experiencias que se han gestionado en Colombia en cuanto a comunicación y educación que permita conocer qué relación existe entre la práctica y la teoría planteada.

## **6. ANTECEDENTES -EL ÚLTIMO Y ÚNICO ESTADO DEL ARTE RECONOCIDO EN EL PAÍS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN-**

Es necesario aclarar que en Colombia sólo se reconoce y acepta un Estado del Arte en materia de comunicación y educación en el medio universitario<sup>7</sup>. Dicho trabajo fue realizado por María Teresa Herrán y se encuentra publicado en el libro *“Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación”*. Por tanto, dicho libro se convierte en el único antecedente para la realización de un nuevo trabajo investigativo del mismo tipo. El documento que se presenta a continuación responde a un resumen veraz y respetuoso del libro ya enunciado.

Hay que comenzar este resumen por aclarar que el libro *“Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación”*, escrito por María Teresa Herrán, Jesús Martín-Barbero y Marco Fidel Zambrano, está dividido en tres partes generales: la primera de ellas titulada *“Estado del Arte en comunicación/educación en el Distrito Especial de Bogotá dentro del contexto latinoamericano”* que pertenece a Herrán (es la parte que interesa para efectos de este trabajo).

En segunda medida se encuentra el texto *“Retos de la comunicación a la educación. Propuesta conceptual para el Colegio de Educación y Medios de la Universidad Pedagógica Nacional”* de Martín-Barbero y por último *“Elementos de economía política para la sociedad del conocimiento. Hacia una teoría de la disonancia en las estructuras sociales”* de Zambrano.

---

<sup>7</sup> Pese a ser el único reconocido en el medio universitario, no es el único que se ha hecho, pues existe otro que fue realizado por María Helena Manjares y Carlos Gaitán (1997) en la Facultad de Educación de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá D. C. que no alcanzó el nivel de reconocimiento, toda vez que nunca llegó a ser publicado a través de ningún medio impreso, y sus resultados se reducen a una investigación cualitativa, perdiendo la visión analítica que debería haberse dado desde la comunicación y educación en términos cualitativos, sin embargo es usada en esta investigación como material bibliográfico .

María Teresa Herrán divide su texto en cinco partes que se describen a continuación:

## **6.1. ¿Cómo se hizo ese Estado del Arte?**

### **6.1.1. ¿Qué pretendía investigar Herrán?**

La investigación se preguntó por cuál era el Estado del Arte de la comunicación educativa en Colombia, entendida ésta como la relación existente entre comunicación y educación. La autora aclaró de principio que para este trabajo no se le dio mayor relevancia a ninguna de las dos áreas en cuestión, y que por tanto la investigación no tendría por qué verse parcializada desde ninguna de ellas.

Siendo así, tomó como ejes temáticos a desarrollar todas las prácticas posibles que se evidenciaban de esta unión: los medios desde la escuela, lo pedagógico desde los medios, la investigación universitaria y la comunicación/educación, y la regulación por entes nacionales frente a la comunicación educativa.

Se tomó como área de investigación al Distrito Especial de Santa Fe de Bogotá (ahora Distrito Capital), como referente nacional y latinoamericano. Y se ubicó como muestra temporal desde los años ochenta hasta junio de 1998.

### **6.1.2. ¿Cuál fue el procedimiento que se usó?**

La investigación está dividida en dos partes, la primera que habla del Estado del Arte frente a las teorías. Ésta se hizo tomando como metodología el análisis de contenidos de los textos publicados en Bogotá desde los ochenta hasta 1998 sobre la temática en cuestión. Y una segunda parte que buscaba conocer el estado de la práctica frente a comunicación/educación.

La segunda parte se hizo a través de entrevistas a expertos y la revisión de las prácticas ejecutadas en ese lapso de tiempo. Se analizó de manera aleatoria simple las entidades que tenían proyectos que involucraban el tema, se revisó las

emisoras, periódicos y demás medios escolares, los postgrados, los programas de radio, televisión y prensa más representativos en medios públicos y privados, la reglamentación a los medios frente a la comunicación educativa, y las prácticas independientes que tuvieron algún tipo de dimensionamiento en medios de comunicación.

### **6.1.3. ¿De dónde nació la idea del primer Estado del Arte?**

Esta investigación nació como un trabajo del -CACE- Colegio Académico en Comunicación y Educación de la Universidad Pedagógica Nacional. Dicha división se creó en 1996 como parte transversal del nuevo proyecto pedagógico y el plan de desarrollo institucional que para el momento se planteaba la Universidad.

## **6.2. Los contextos descritos por Herrán**

### **6.2.1. El contexto latinoamericano**

Para esta región del mundo, la autora, habló de una época de poco desarrollo en todos los aspectos, pero sobretodo de una insuficiencia generalizada en los sistemas educativos de la mayoría de los países.

Destacó los avances en materia de comunicación y educación de Brasil, México y Chile, y habló de escasos adelantos en Argentina y Perú que aún, para 1998, necesitaban ser profundizados si querían llegar a tener algún tipo de representación y repercusión social y académica.

### **6.2.2. Los otros contextos**

Habló en esta parte de la unión entre comunicación y educación en el contexto cultural como un campo estratégico para la formación ciudadana. La autora identificó que desde el inicio de los procesos de modernización, los medios de comunicación habían comenzado a diversificar los escenarios de práctica como nunca habría sido posible imaginarlo.

Punto de vista desde el cual los medios, y principalmente la radio y la televisión, habían logrado penetrar y convertirse en mecanismos muy importantes para la socialización y la formación ciudadana en esa época, toda vez que ya habían comenzado a ejecutar estrategias de comunicación y educación, principalmente en Bogotá, como “Entregue las llaves” y “Misión Bogotá”.

Por otro lado se revelaba una ruptura en la frontera escolar que consistía en que la escuela, como institución social, había perdido terreno frente a escenarios como los medios de comunicación y los grupos juveniles. El joven comenzaba a perder el respeto por la institución y ésta se tornaba aburrida, toda vez que herramientas como la Internet ofrecían nuevos mecanismos y exigían nuevos retos para quien los usaba, convirtiéndose esto en el incentivo para que mayor número de personas recurrieran a las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información – NTICS-.

En este aspecto, Herrán habló de la situación entre lo educativo y el desarrollo económico. Indicó que los Estados latinoamericanos dejaron de pensar en la educación como la punta de lanza para lograr la calidad de países desarrollados y por tanto sus intereses e inversión se desviaron hacia otros campos. Se pasó de un modelo de desarrollo fundado en la producción y el trabajo, que tomaba como soporte la educación, a un tipo de sociedad pensada más desde la información y el conocimiento.

La autora finaliza esta parte argumentando que para los noventa, la educación adquirió nuevamente una dimensión estratégica, pero no ligada ya a la formación del recurso humano, a la capacitación de la fuerza de trabajo (como en los ochenta), sino a las exigencias de los desarrollos tecnológicos, al auge de los medios de comunicación y a la revolución de la información. En este sentido, se requería, según Herrán, que los modelos de calidad de la educación aumentaran progresivamente y dirigieran su atención al mejoramiento de la competitividad

ciudadana, cosa que en la práctica no sucedió. Se trataba de que las personas supieran para qué servían los medios y que los supieran usar, que entendieran que eran sólo una herramienta y no un fin.

### **6.3. Estado del Arte desde el punto de vista académico**

#### **6.3.1. La investigación académica sobre comunicación/educación**

Esta parte del trabajo demostró que la investigación enfocada al contenido pedagógico del mensaje de los medios o la pedagogización de dicho mensaje, parecía resultar más atractiva para los investigadores académicos que para los medios. Desde este punto de vista, anota la autora, había una mayor preocupación de parte de los comunicadores, que de los profesores escolares, entorno a la problemática de la comunicación/educación en relación a los medios.

El problema que presentaba esta situación, según Herrán, es que desde el análisis de los comunicadores, había en ocasiones, una conceptualización bastante desactualizada de la educación, a tal punto que luego de la revisión de las investigaciones la autora afirmó que la mayoría de ellas aún trabajaban con la Teoría Educativa de Durkheim (revaluada desde los ochenta).

Entre los descubrimientos hechos en esta fase de la investigación se encuentra la idea de una instrumentalización de los medios en la escuela, es decir, los profesores tenían la percepción de que la relación comunicación/educación sólo consistía en incluir en la escuela un televisor, un VHS, o la prensa, pero no se pasaba a un proceso verdaderamente constructivo para el ser humano.

Frente a la investigación desde los medios la autora descubre que era nula. Que no se hacía ningún esfuerzo desde los medios, y especialmente desde la televisión, por investigar la relación comunicación/educación. La única investigación que se hacía en este campo era la de mercados, que no tenía ninguna repercusión sobre el desarrollo de la educomunicación.

Afirmó Herrán, que los medios tenían la idea que desde ellos sí se podía educar pero no lo hacían. Se limitaban a cumplir con las obligaciones que tenían con el Estado en dicho tema, comprando programas que parecían una teleclase, y que finalmente nunca llegaban a nada porque no se acompañaban de un plan de trabajo de campo con docentes y educandos, y que nunca se hacía una evaluación sobre el impacto causado, por tanto no se sabía en qué se fallaba y en qué se aportaba.

### **6.3.2. Las facultades y la comunicación/educación**

En cuanto a las facultades, el Estado del Arte se limitó a enunciar qué universidades habían hecho esfuerzos por mantener y crear programas interdisciplinarios de comunicación y educación, y por tanto aumentar la investigación en este campo.

El primer ejemplo del que se habló fue el de la Universidad Surcolombiana de Neiva y su postgrado de Comunicación para la creatividad, dirigido por William Fernando Torres durante los ochentas. El eje principal era saber cómo vincular la cultura de la escuela con la cultura del entorno, se empezaba a ventilar el tema de la participación ciudadana, pero la vieja idea de escuela cerrada lo impedía. Las líneas de investigación eran los procesos culturales regionales, los universos culturales, las historias de vida de los maestros de la región y los conflictos culturales.

Por su parte, la Universidad Central de Colombia desde 1998 inició su postgrado en comunicación y educación con tres líneas de énfasis, uso crítico y producción de hipertexto y multimedia, uso crítico de los medios de comunicación, y gestión en comunicación y educación.

En la Universidad Pedagógica Nacional, liderado por Jesús Martín-Barbero y Daniel Nieto, se creó el Colegio Académico en Comunicación y Educación con la

esperanza de que éste se convirtiera en punta de lanza en la temática a nivel nacional. Se definieron tres líneas de investigación: la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento, análisis comparado de políticas nacionales para la integración de medios y las nuevas tecnologías en el sector educativo, y las concepciones de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en las reformas educativas.

Finalmente se habló del caso de la Universidad Javeriana con su énfasis en comunicación educativa en el pregrado de Comunicación Social, que fue eliminado a principio de 1998 por una reforma que buscaba mayor proyección para la carrera. Pese a que también existía una Facultad de Educación en la misma universidad, se generaron pocos intentos interdisciplinarios entre profesores de las áreas de comunicación y de educación.

#### **6.4. Estado del Arte en la práctica docente y desde la comunicación masiva**

##### **6.4.1. La práctica desde la comunicación masiva**

Se llegó a la conclusión que la práctica de la temática desde la comunicación masiva se había visto obstaculizada por varios prejuicios, entre los cuales, aquel que hablaba de que lo recreativo e informativo pertenecían al ámbito de la televisión comercial y lo educativo, formativo, generalmente “ladrilludo”, pertenecía a la televisión pública, era el más fuerte. En este sentido la relación entre comunicación y educación perdía validez, por cuanto no se le asociaba con calidad sino con un mal definido concepto de compromiso social.

En el campo de la prensa el único caso que aparece en el libro es el de Prensa Escuela, que según la autora, en realidad no buscaba cosa diferente a la ampliación de la cobertura de los medios impresos masivos, y no la integración entre comunicación y educación y el desarrollo de todo el potencial que esta unión podría haber generado desde este tipo de medios.

Y finalmente, en cuanto a la radio, la autora afirma que hay pocas iniciativas desde los medios comerciales, igual que con la televisión, pero observa una gran aglutinación desde la escuela, espacio en que se había comenzado a crear muchas emisoras escolares. El caso es que la falta de regulación por parte del Estado estaba permitiendo que la radio comercial se las tomara como espacio para vender sus productos ante los jóvenes, aunque, anota la autora, muchas de ellas (emisoras escolares) se mantenían con una programación netamente académica y muy creativa.

#### **6.4.2. La práctica docente**

Anota Herrán que así como la televisión pensó que podía educar sin ocuparse del tema pedagógico, la escuela pensó que acceder a los medios de comunicación era equivalente a poner tecnología en el aula de clases, lo cual dejaba demostrado la poca capacitación de los docentes en cuanto al tema.

Por otro lado, la autora concluye que existía una gran brecha social, puesto que la mayoría de las prácticas docentes relacionadas con la comunicación/educación pertenecían a estratos altos.

#### **6.5. Las conclusiones y recomendaciones del primer intento**

Una de las principales conclusiones a las que se llegó, finalizado este primer Estado del Arte, es que la unión comunicación y educación desde los ochenta hasta el noventa y ocho se había visto plagada de malos entendidos, preconceptos e inconsistencias entre lo que se pensaba en teoría (puesto que se había dicho mucho) y cómo se actuaba (ya que había pocas iniciativas en el tema).

Por otro lado, se encontraba una inconsistencia en la temática, puesto que los periodistas se aferraban a los hechos y no a los procesos, en tanto que la educación se pensaba en materia de procesos y no de hechos.

Desde la academia y la investigación concluyó que la necesidad de desglosar el elemento comunicativo en los esfuerzos de solución práctica de conflictos en el país se hacía urgente, que la necesidad de abrir la escuela al ecosistema comunicativo era necesaria para que se pudiera explotar todo el potencial que ofrecía, y que ofrece, esta unión, que era necesario investigar desde los medios para poder comunicarse, que había que profundizar en la investigación de identidades para poder desarrollar proyectos acorde a las necesidades del país y que era urgente aumentar los fondos para la capacitación y la actualización constante de los docentes.

En cuanto a la escuela, la autora concluyó que era necesario que hiciera más presencia como institución y que recupera el espacio que había perdido, que tenía que replantear la relación estudiante-docente para evitar las problemáticas causadas por la brecha generacional, que tenía que darle sentido público y colectivo a los espacios comunicativos, que tenía que volver cotidiana la reflexión sobre los medios en las clases y no estereotipar sus usos, que era necesario concebir Proyectos Educativos Institucionales que incluyeran a los medios de comunicación, y que exigiera una mayor integración entre los proyectos comunicativos y los académicos.

Para los medios, Herrán sugiere adquirir, a través de la capacitación y la reflexión, mayor conciencia de su función educativa, redimensionar lo que para ellos era comunicación educativa, convertir a la educación en un bien público, asumir la investigación sobre la identidad en vez de suponerla, y superar la etapa de campañas y el encasillamiento cultural y conceptual.

Para los fijadores de políticas en comunicación y educación, este primer Estado del Arte sugiere que entiendan que la tecnología es sólo un vehículo y no un fin, que tienen que darle mayor coherencia a las políticas de comunicación y educación, que era necesario que hubiera mayor interacción entre los dos

ministerios, que tenían que propiciar la inversión de capitales privados para proyectos de comunicación educativa en lo público, y destinar partidas de la Comisión Nacional de Televisión para financiar proyectos de comunicación y educación a mediano y largo plazo.

Y finalmente, se habló de la necesidad que tenían todas las personas de alfabetizarse en imagen y sonido, y la necesidad de someter los proyectos de comunicación y educación a evaluación independiente.

## **7. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA -¿CÓMO SE LLEGÓ A LA META?-**

Este trabajo investigativo es un estudio documental o Estado del Arte sobre las investigaciones y prácticas en comunicación y educación realizadas en el Distrito Capital de Bogotá como una muestra de lo que sucede a nivel nacional.

Las técnicas usadas para la recolección de datos fueron las entrevistas a académicos de la comunicación y educación, y el análisis de contenidos de las investigaciones y las prácticas realizadas en el país.

Se tomó como muestra, en cuanto a tiempo, desde junio de 1998 (donde terminó el último trabajo de este tipo que se reconoce en el medio universitario y académico) hasta el mismo mes de 2007. En cuanto a documentación, se tomó toda aquella que fuera resultado de una investigación académica durante el tiempo ya enunciado.

A fin de tener claro cuántos trabajos de investigación relacionados con la comunicación y educación se realizaron en la ciudad durante el tiempo ya establecido, se hizo un sondeo consistente en tres fases consecutivas. (1-Revisión de página Web de las universidades, 2-Visitas a las bibliotecas universitarias, y 3-A través de reuniones con directivos de las facultades y programas de Comunicación Social y Educación de Bogotá D. C.).

Teniendo en cuenta el número de trabajos existentes en cada universidad se escogió una muestra correspondiente al cuarenta por ciento de cada una (de manera aleatoria simple), de forma tal que se guardara una proporcionalidad entre una y otra, y no generar tendencias numéricas que pudieran parcializar, o en caso extremo anular los resultados de esta investigación. Sólo cuatro universidades llegaron a tener más de dos trabajos en el área y, como consecuencia, lograron

entrar a hacer parte de este estudio (la Universidad Pedagógica Nacional, la Pontificia Universidad Javeriana, la Corporación Universitaria Minuto de Dios y la Universidad Central de Colombia).

Bajo esta premisa, entonces, es preciso anotar que el corpus total de documentos con que se realizó esta investigación corresponde a 104 documentos, de los cuales 10 corresponden a la Pedagógica (40% igual a 4), 23 a la Javeriana (40% igual a 9), 68 a la Central (40% igual a 27) y 3 a la Minuto de Dios (40% igual a 1). Para un total de 41 trabajos analizados. Es importante anotar que algunos escritos ya pertenecen a editoriales internacionales, pero se ubican en una universidad y no en otra, pues su autor hizo o hace parte de dicha institución (por ejemplo Jesús Martín-Barbero hace parte de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana).

Con las prácticas, la muestra, al igual que con los documentos, se tomó de manera aleatoria simple, y el proceso para saber cuáles estrategias de comunicación y educación se habían desarrollado durante el tiempo que comprende este estudio fue similar, pero en instituciones distintas. Así: una primera revisión en el área académica de la Comisión Nacional de Televisión y en ANDIARIOS (Asociación Nacional de Diarios de Colombia) para conocer cuáles se habían hecho, una segunda fase en la institución que contrató la campaña a fin de conocer detalles como tipo de piezas, evaluación y financiación, una tercera fase con la entidad ejecutora para conocer el proceso de implementación, y una cuarta fase en el Centro Nacional de Consultoría para saber cuáles habían tenido un proceso de evaluación externo.

En la primera instancia se identificó 41 prácticas en materia de comunicación y educación, de las cuales se seleccionó un cuarenta por ciento correspondiente a 17 trabajos, es importante anotar que pese a que todas estas campañas tuvieron presencia en medios de diferente circulación, la primera revisión se hizo en varias

entidades tratando de encontrar el mayor número de prácticas, toda vez que no existe una organización en la cual se deban registrar este tipo de campañas y así tener un orden claro y exacto de la cantidad total de éstas que se han realizado en el país.

Dicho balance no incluye de manera directa a las radios escolares, es por tal razón que el muestreo de éstas se hizo en primera instancia con una revisión de las registradas en la Secretaría Distrital de Educación, y posteriormente a través de la Red Distrital de Emisoras Escolares y Juveniles de Bogotá D. C., la lista de emisoras escolares no se encuentra adjunta en este documento puesto que finalmente nunca se logró una lista confiable de cuántas existen y cuántas funcionan, sino un análisis de cómo funcionan y qué tratamiento tienen en cuanto a educación versus entretenimiento.

Después de hacer el primer sondeo es importante anotar que el número de campañas de comunicación y educación que aparecen registradas en las instituciones visitadas asciende a más de doscientas, pero la mayoría de ellas no son exactamente de comunicación y educación (en términos de movilización social, participación y empoderamiento desde la educomunicación) sino más bien a campañas de información, cosa que no es igual a comunicación.

Con las universidades el trabajo fue distinto, puesto que se escogió para este trabajo a todas las que tienen un énfasis, una línea de investigación o programa de formación en comunicación y educación, pues el balance total de ellas es bastante pequeño. Del total de universidades bogotanas con programas de Comunicación Social o de Educación, ya sea en pregrado o postgrado, sólo cinco poseen alguna línea específica sobre la temática (la Universidad Externado de Colombia, la Universidad Central de Colombia, la Corporación Minuto de Dios, la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y la Universidad Pedagógica Nacional).

El procedimiento a seguir con las universidades se hizo en primera instancia con una revisión a través de la Internet o vía telefónica, y posteriormente se hizo una visita ya sea al departamento de mercadeo de la institución o a la dirección de carrera o decanatura.

Teniendo en cuenta a lo innovador, lo recientemente joven que resultan los estudios documentales de Estado del Arte y lo poco conocido que es ésta metodología, a continuación se presenta una descripción detallada que muestra qué son, cómo se hacen y para qué sirven.

### **7.1. ¿Qué son los Estados del Arte?**

Entre los textos consultados, el concepto que más completo que se ha encontrado es el de Gloria Calvo, quien afirma que “son estudios que buscan sistematizar la investigación realizada dentro de un área dada, llamando la atención sobre los cambios más prevalentes de investigación, los enfoques y los métodos: destacando relevancias, redundancias y vacíos que contribuyan a tomar decisiones que impulsen la investigación<sup>8</sup>” (CALVO, 1998).

La importancia de este método parte básicamente de las finalidades que la autora propone. Puesto que muchos autores, entre ellos Fabio González<sup>9</sup> le asignan funciones de resumen y organización de investigaciones para agregar claridad a nuevos trabajos de investigación<sup>10</sup>. Negando el carácter y el rigor investigativo que en esencia tienen los Estados del Arte.

Desde esta óptica se puede deducir que en estos momentos los Estados del Arte, además de ser una revisión documental, organizada por categorías, permite un

---

<sup>8</sup> CALVO, G. *Taller sobre los Estados del Arte*. Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. 1998.

<sup>9</sup> GONZÁLEZ, F. Profesor Ph. D. del Departamento de Ingeniería de Sistemas e Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Director del curso: Seminario de Investigación I.

<sup>10</sup> GONZÁLEZ, F. *Escritura de los Estados del Arte*. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. 2000.

análisis temático frente a la investigación ya realizada. Un análisis capaz de proponer o sugerir los métodos, temas y finalidades investigativas a seguir en el futuro.

## 7.2. Resumen histórico

Si bien los textos no dan una fecha exacta a partir de la cual se haya comenzado a usar o a trabajar el concepto de Estado del Arte como técnica de Investigación, la mayoría de los autores coinciden en remontar el nacimiento de este método hacia inicios de la década de los ochenta.

“Se pretendía inicialmente establecer bajo su denominación qué se sabía sobre una temática con la intención de fundamentar políticas y alternativas de acción para el desarrollo social. Los Estados del Arte nacen originalmente con la intención de hacer un balance de la investigación en determinado tema<sup>11</sup>” (CALVO, 1998).

Según Gloria Calvo, a principio de los años ochenta, los investigadores hablaban del Estado del Arte para designar revisiones documentales<sup>12</sup>, acumulación de evidencias<sup>13</sup> o análisis del fenómeno de la investigación<sup>14</sup>, hecho que indica, según la autora, que no había una diferenciación clara entre estas áreas.

Posteriormente se comenzó a hacer balances investigativos profundos por temas, y de esa manera el término Estado del Arte tomó un carácter más profundo. Se partía de preguntas como: qué tipo de problemas se ha analizado, en qué se

---

<sup>11</sup> CALVO, G. *Taller sobre los Estados del Arte*. Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. P. 2. 1998.

<sup>12</sup> Revisiones Documentas: son investigaciones en las cuales se relacionan experiencias investigativas con la posibilidad de intervención en fenómenos específicos. (CALVO. 1998: 2).

<sup>13</sup> Acumulación de Evidencias: se trata de reseñar un conjunto de evidencias o de datos obtenidos desde diferentes investigaciones para tratar de encontrar un punto de encuentro entre ellos y así llegar a consensos. (CALVO. 1998: 2).

<sup>14</sup> Análisis del Fenómeno de la Investigación: busca establecer la evolución social a la formación de investigadores y el énfasis temático sobre el cual este grupo de investigadores había puesto sus esfuerzos durante un periodo de tiempo determinado. (CALVO. 1998: 2).

diferencia un problema del otro si el tema es el mismo, qué método se usó, y se trataba de establecer la evidencia empírica producto de esas investigaciones.

Evidentemente esto señaló al Estado del Arte como una revisión de lo que sobre el tema se había producido, pero lo importante de esta época es que sentó las bases para lo que hoy se conoce bajo este método.

En los últimos años se ha llegado a la conclusión de que a través de los Estados del Arte no sólo habrá de examinarse la producción en los textos desde su aporte por sí mismos, es decir, no se trata de mirar a los documentos sólo para fundamentar nuevas propuestas, sino que las propuestas de investigación y sus productos se pueden convertir en un nuevo campo de la investigación<sup>15</sup> Desde este punto de vista se habla del Estado del Arte como una “investigación sobre la investigación”. Siendo esta la definición más actual y certera sobre el método en cuestión.

### **7.3. ¿Qué método implica la realización de un Estado del Arte?**

Se estima que, por la variedad en cuanto a la metodología de cada investigador, no existe un procedimiento establecido para la realización de una investigación de Estado del Arte, sino que cada investigador define libremente el proceso a llevar de acuerdo a los resultados que pretende conseguir con su trabajo.

Los datos que más suelen afectar el curso de este tipo de trabajo son: la definición del problema, el público al que se dirige, la experiencia del investigador, la disponibilidad y accesibilidad al material, y el énfasis que se le de al trabajo.

Para este trabajo se tomó como referente el aporte de Gloria Calvo de la Universidad Pedagógica Nacional, mezclado un poco con la propuesta que

---

<sup>15</sup> CALVO, G. *Taller sobre los Estados del Arte*. Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. P. 3. 1998.

presenta la Universidad de Antioquia (UdeA) en su página Web<sup>16</sup>, que aunque no considera al método como una investigación en sí misma, sí ofrece aspectos metodológicos que para efectos de los fines que pretende este trabajo resultan interesantes.

En primera instancia Calvo propone una fase de Contextualización. Y lo describe como “la determinación del problema objeto de estudio, los límites del mismo, los recursos documentales seleccionados y los criterios para la misma<sup>17</sup>”, en la página Web de la Universidad de Antioquia este aspecto no es tomado en cuenta, puesto que entienden a ésta tipo de investigación como la fase inicial de otro trabajo y no como una investigación propiamente dicha.

Posteriormente, Calvo habla de la Clasificación de la información, lo que en la UdeA se conoce como Fase Heurística. En esta parte se pretende la búsqueda de información y de fuentes, además se incluye aquí parámetros de análisis que pueden variar desde el tipo de documento, objetivos de estudio e incluso hasta el año de publicación.

Y finalmente se habla, según Calvo de Categorización, y según la UdeA de una Fase Hermenéutica. Hay que aclarar aquí que Categorización no es lo mismo que clasificación, puesto que la segunda indica cualidades descriptivas de un texto, en ésta los investigadores pueden tomar la información que es pertinente para su trabajo y no más, mientras que la Categorización se hace referente a las cualidades de un trabajo (temáticas, metodología, hallazgos y teorías), incluye aspectos descriptivos y explicativos, y tiene un carácter eminentemente interpretativo, lo que en otras palabras es llamado hermenéutica.

---

<sup>16</sup> La información que se presenta en este trabajo sobre los Estados del Arte según la Universidad de Antioquia fue tomada de [http://docencia.udea.edu.co/bibliotecologia/seminario-estudios-usuario/unidad4/estado\\_arte.html](http://docencia.udea.edu.co/bibliotecologia/seminario-estudios-usuario/unidad4/estado_arte.html), como diseño de un curso Seminario de Estudios de Usuarios. La página fue recuperada por el autor de este texto el 14 de agosto de 2006.

<sup>17</sup> CALVO, G. *Taller sobre los Estados del Arte*. Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. P. 4. 1998.

A partir de ésta metodología algunos investigadores han comenzado a pensar en un nuevo rumbo para los Estados del Arte que va más allá de una simple valoración sobre el qué se ha hecho o dicho frente a un tema, y se piensa en un análisis que lleve a reflexionar sobre los aspectos que se deben tener en cuenta a futuro en cuanto a la investigación y la toma de decisiones sobre temáticas de desarrollo social.

A manera de aclaración, es importante tener en cuenta que el carácter post-facto de los Estados del Arte permite conocer con certeza la eficiencia de un determinado período, pero no garantiza que los métodos usados ahora sean efectivos en el futuro, esto está basado en lo contextual o coyuntural que resulta una investigación y en lo inestable y cambiante que es el medio académico, y más la sociedad en sí misma.

#### **7.4. ¿Qué metodología se escogió para este Estado del Arte?**

Este nuevo Estado del Arte está dividido en tres fases de trabajo de acuerdo a la metodología propuesta por Gloria Calvo<sup>18</sup>, la primera de ellas llamada *de Contextualización*; que equivale a la realización del diseño de la investigación, es decir; determinar el problema y los objetivos de estudio, los recursos económicos y documentales, las limitaciones, y los criterios para la selección de datos y su análisis.

La segunda fase denominada *de Clasificación de la información*; que busca la recolección del material a analizar para la investigación (documentos y prácticas) y su clasificación de acuerdo a las necesidades de la misma. Para tales efectos Gloria Calvo propone unos cuadros modelo, de los cuales se seleccionó el número uno y se le hizo algunas adaptaciones al número tres, así:

---

<sup>18</sup> CALVO, G. *Taller sobre los Estados del Arte*. Docente Investigadora de la Universidad Pedagógica Nacional. [en línea], recuperado: 3 de agosto de 2006.

**7.4.1. Cuadro #1, sobre las áreas temáticas**

Aparece en el documento de Gloria Calvo como el número uno. Este se aplicó tanto a las prácticas como a los documentos de investigaciones. Se usó para definir qué áreas temáticas se trabajaron con mayor frecuencia durante los últimos años, descubrir redundancias en las temáticas, saber cuáles se incorporaron o aparecieron luego del anterior Estado del Arte, y para conocer los avances y áreas a fortalecer en el futuro.

Titulo	Áreas temáticas								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	

Los cuadros número 2 y 3 son adaptaciones del cuadro 3 de Gloria Calvo, y se hicieron teniendo en cuenta las necesidades y proyecciones de este trabajo de investigación.

**7.4.2. Cuadro #2, sobre los avances**

Este cuadro se aplicó a las prácticas de comunicación y educación. Su objetivo fue identificar qué avances produjo cada práctica, si era necesario trabajar en esa temática, la innovación en el tema, y la redundancia y pertinencia. Además permitió hacer una base de datos de temas que habían sido olvidados y en cuáles se debería reforzar la investigación de aquí en adelante.

Titulo	Año	Autor (es)	Tipo de práctica	Metodología - Medio	Objetivos	Evaluación
--------	-----	------------	------------------	---------------------	-----------	------------


**7.4.3. Cuadro #3, sobre las empresas que ejecutaron prácticas**

Este cuadro se aplicó a las prácticas de comunicación y educación. Sirvió para identificar qué empresas trabajaron en este tema, a través de qué medios, cómo se financiaron, qué estrategias emplearon y qué aportes y avances produjo cada práctica.

Titulo	Año	Autor (es)	Entidad	Tipo de entidad	Método de financiación	Eje temático	Medios usados

Y una tercera fase llamada *de Categorización* que buscaba jerarquizar por orden de relevancia la información obtenida en la fase *de Clasificación de la información*.

El producto de esta fase se refleja en el análisis y planteamiento de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones, mientras que el producto de la fase dos se evidencia en las tablas anexas.

Para efectos de éste trabajo, pese a que normas como la ICONTEC y las APA le dan mayor importancia a las conclusiones y las recomendaciones, se ha redactado el resumen de manera que refleje el análisis de las mismas, y todo el proceso investigativo, pues lo que se pretende es que sirva de orientación a los nuevos investigadores para direccionar su trabajo. Se refleja en el resumen las propuestas y líneas a seguir en materia de comunicación y educación de aquí en adelante, y además, es en esta parte de la investigación donde se refleja el análisis comparativo entre éste y el anterior Estado del Arte.

Ésta es una decisión basada en la practicidad que implica para el lector o para el nuevo investigador tener un resumen corto y con lo verdaderamente importante en términos de contenido, evitando de esta manera que tenga que leer aspectos que no son del interés para enriquecer un nuevo trabajo. Con esto no se quiere decir que lo demás no sea importante, sino que se busca entregar una herramienta útil que muestre el aporte de la investigación a la comunicación y educación.

## **8. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA -¿CÓMO SE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN DESDE LO EXISTENTE?-**

### **8.1. El concepto de comunicación**

La comunicación es un proceso inherentemente social, según Erick Torrico Villanueva, esto se debe a que implica una relación entre, por lo menos, dos sujetos que exteriorizan –mediante codificaciones sígnicas o simbólicas-, su predisposición o su voluntad para interactuar. En tal sentido la comunicación no puede ser sino social, lo que la convierte no solamente en un producto de la misma convivencia o coexistencia humanas, sino, además, en uno de sus fundamentos<sup>19</sup>.

A partir de dicho concepto se pueden inferir dos características primordiales para el desarrollo de cualquier programa, proyecto o política pública que involucre la comunicación. La primera de ellas habla de la exigencia de una “relación” entre los actores, de esta forma se ponen, en medio del proceso comunicativo, cualidades del ser humano que van desde sus particularidades demográficas, económicas y educativas hasta sus valores y formas de comportamiento y de toma de decisiones.

Hecho que permite pensar que desde la comunicación, como uno de los dos pilares de la educomunicación, es necesario pensar en estrategias de comunicación y movilización que apunten a la integración para generar procesos de socialización y de participación que ayuden a la construcción y crecimiento del hombre en sociedad.

---

<sup>19</sup> TORRICO Villanueva, Erick. *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Director Aníbal Ford. Ed. Norma. Capítulo 1 Un campo (Inter.) disciplinario, la socialidad de la comunicación, Pág. 18. 2004.

Y en segunda medida, se considera a la comunicación como dos caras de un mismo proceso; por un lado como producto y por el otro como fundamento de la convivencia del ser humano, de donde se puede deducir que la comunicación también se genera y/o se transforma desde el núcleo de la sociedad, entre pares.

Siguiendo a Jesús Martín-Barbero, se puede afirmar entonces que hablar de comunicación en este momento significa reconocer que estamos en una sociedad en la cual el conocimiento y la información han entrado a jugar un papel primordial en la democratización social. La información y el conocimiento son el eje central del desarrollo social<sup>20</sup>.

Basados en el concepto de lo público que ofrece Antanas Mockus, donde dice que se trata de hacer visible ante la sociedad<sup>21</sup>, ese proceso de democratización social responde a hacer partícipes a todos los grupos sociales de la información y los espacios de socialización, movilización y participación que desde los procesos sociales se generan, que en últimas son educativos y comunicativos.

En fin, la comunicación, en este sentido, es un proceso en busca de generar acuerdos democráticos mínimos que llevan a la construcción social, al desarrollo del ser y a la movilización en torno a políticas de vida.

## **8.2. El concepto de educación**

Desde la UNESCO se entiende a la educación como un proceso permanente de enriquecimiento de los conocimientos, de la capacidad técnica, pero también, y quizás sobre todo, como una estructuración privilegiada de la persona, de las

---

<sup>20</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación, educación y cultura*. Memorias de la Cátedra UNESCO de Comunicación 1996-1998. Comp. Marisol Moreno y Esmeralda Villegas. Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Departamento de Comunicación. Cap. 1 Retos culturales de la comunicación a la educación, Pág. 15. Bogotá D. C. 1999.

<sup>21</sup> MOCKUS, Antanas. *Comunicación para construir lo público*. Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Departamento de Comunicación. Capítulo 1, la ciudad y lo público. Bogotá. 2002.

relaciones de los individuos, entre grupos y entre naciones<sup>22</sup>. La educación está encaminada a la movilización social, la concertación y la participación desde la sociedad misma.

En este sentido, la tarea de la educación se da en el entorno de la comunicación, no hay educación sin comunicación, y esto tiene como finalidad la aplicación de la interacción, la apropiación de la cultura y la formación del ciudadano<sup>23</sup>.

Al hablar de formación del ciudadano, se puede tomar dos puntos de vista desde la educación, el primero de ellos referido a la educación escolar y el segundo que hace referencia a la educación en entornos populares y a través de distintos medios y modos que no requieren obligatoriamente de la escuela como escenario para el aprendizaje.

Hablar de educación, entendida como escuela, es tratar una serie de dispositivos sociales de transmisión de la cultura y la tradición, de contener en un recinto cerrado y específico a un grupo de personas, reuniéndolas con otras de su misma edad, bajo consignas normativas, funciones claramente establecidas y un sistema de control disciplinario.

Bajo esa concepción, la escuela tradicional se muestra como un proceso de construcción del ciudadano donde el profesor funciona como un transmisor de mensajes y contenidos, y el estudiante como un receptor de los mismos. Por tanto la escuela ostenta un papel relevante en el desarrollo de la sociedad moderna en la que ejerce la misión de ser heredera, guardiana y transmisora de la cultura y del

---

<sup>22</sup> *Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI presidida por JACQUES DELORS*. Ediciones Santillana UNESCO. 1996. Madrid.

<sup>23</sup> HERNÁNDEZ, Carlos Augusto. *Comunicación, educación: pedagogía y cambio cultural*. En revista *Nómadas* de la Universidad Central de Colombia. Edición número 5 de 1996. Comunicación y Educación, una relación estratégica. Bogotá.

modelo ilustrado del saber, entendido como la cultura letrada. Su función es la de formar a los ciudadanos del mañana<sup>24</sup>.

Vale la pena recordar que desde los ochenta esta institución se ha visto apoyada y afectada por otros espacios e instituciones de educación, es el caso de los medios de comunicación, de los cuales se ha dicho que no le aportan a la educación escolar y a la construcción de un ciudadano crítico.

Bien lo explica Alejandra Walzer cuando afirma que “en una sociedad mediática y mercantilmente globalizada en la que el progresivo uso de los viejos y nuevos medios de comunicación, tecnologías y redes, trastocan las formas tradicionalmente instituidas de circulación de la información y las fuentes de las que emana su legitimidad, en una sociedad en la que las prácticas de contacto parecen tender más hacia la conexión que hacia el encuentro, la escuela se encuentra asediada, perpleja y cuestionada<sup>25</sup>”.

Esta discusión entre escuela y medios de comunicación se resuelve desde la teoría educomunicativa de María Teresa Herrán, quien plantea que la solución a esto está en el acompañamiento de todas las instituciones. El decaimiento de la escuela se debe a que desde los años ochenta la familia, como institución, entregó a la escuela toda la potestad sobre la educación social, dejándola sola en dicha labor, de esa forma se comenzó a pensar que los medios, y en especial la televisión, deseducaron a los niños, pero no... no se trata de ello, la educación se debe realizar a través de un proceso de acompañamiento entre todas las instituciones involucradas<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> WALZER Mosckovic, Alejandra. *Comunicación y educación, miradas sobre las formas de la publicidad*. Cap. 1, Algunas definiciones de la educación y la escuela. Madrid. 2006.

<sup>25</sup> WALZER Mosckovic, Alejandra. *Comunicación y publicidad*. Cap. 4, una mirada hacia la comunicación y la educación en América Latina. Ed. Alfaguara. Madrid. 2006.

<sup>26</sup> HERRÁN, María Teresa. *Palimpsestos y recorridos de la educación en la educación*. Pistas para el encuentro comunicación/educación, estado del arte de la comunicación/educación en el Distrito

Por otra parte la educación, desde lo popular, se va hacia el uso de los espacios públicos como centros para la discusión, la concertación y la construcción de lo social como eje para la vida del ciudadano. Esta concepción de la escuela, es lo que responde la relación educación a través de la comunicación.

Sin importar el modo, o el medio de la educación, lo importante es reconocer que ésta se constituye como un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social<sup>27</sup>. La función esencial de la educación es que se constituye en el elemento central del desarrollo continuo de la persona y de la sociedad.

### **8.3. La Educomunicación; punto de encuentro entre comunicación y educación**

La importancia de los procesos que se generan y proyectan desde los modos y medios de comunicación, en términos de movilización social, de participación y de desarrollo del ser, no sólo se caracterizan desde los significados y propiedades que ofrece cada uno de los conceptos antes enunciados por separado, sino de las relaciones y uniones que desde ellos se generan.

Se habla aquí del concepto educomunicativo y todas las posibles aplicaciones que éste ofrece para la construcción de cultura ciudadana, de la opinión pública, la educación en y para los medios de comunicación y todas aquellas relaciones que pueden generar acuerdos y procesos sociales.

Para efectos del de este trabajo se tomará como referente la relación caracterizada como comunicación/educación, pues es el que brinda mayor equidad y neutralidad entre ambos términos, y ofrece una cosmovisión más amplia

---

Capital y el contexto Latinoamericano. Ed. Universidad Pedagógica Nacional, Colegio Académico de Comunicación y Educación, CACE. Bogotá. 1999.

<sup>27</sup> *Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI presidida por JACQUES DELORS*. Ediciones Santillana UNESCO. 1996. Madrid.

sobre la escuela y la comunicación, y los medios de comunicación y sus usos y aplicaciones para el desarrollo social y la construcción de la ciudadanía<sup>28</sup>.

Según la UNESCO la Educomunicación incluye todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación 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.

Para efectos de la educomunicación en Colombia, hay que reconocer el último estado del arte aceptado entre la comunidad educativa y empresarial para tales fines, donde se establecen lineamientos a tener en cuenta respecto a los diferentes campos de esta integración, y se ofrece una definición muy aterrizada al contexto nacional.

Es importante reconocer entonces que en el país a menudo se ha puesto por delante de las enseñanzas sobre los procesos de comunicación y de la contextualización de los mismos, el uso de medios técnicos que sólo cumplen un papel instrumental, tanto así que se considera que el reto de la educomunicación, desde la perspectiva escolar, en los próximos años será cambiar la visión instrumentalista que se le ha dado. Se trata de entender que la tecnología es sólo un medio y no un fin.

Es necesario tener en cuenta que la educomunicación va más allá de incluir la televisión, la radio y el video beam en el aula, se trata de generar procesos de cambio

---

<sup>28</sup> Esta aclaración se hace basada en el concepto que ofrece la Asociación de Educomunicadores de España en su página Web [www.airecomun.com](http://www.airecomun.com), donde explican que existen varias formas de unir estas dos palabras, tales como educación en materia de comunicación, educación para la comunicación, educación por la comunicación.

y de fortalecimiento cultural. Desde este punto de vista se plantea que el desafío de la educomunicación se basa en la construcción de nuevos tipos de ciudadanías.

Ser ciudadanos ya no significa solamente disponer de derechos políticos, civiles y sociales. Una nueva concepción implica también participar en condiciones de mayor igualdad en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos<sup>29</sup>.

En este sentido la educomunicación exige el acceso a nuevos lenguajes y a la información suficiente y con las características necesarias por parte de todos los actores para poder ser agente integral de una comunidad. De ese modo se garantizará la posibilidad de participación plena de todas las personas en las decisiones, sobre los proyectos, programas, estrategias y propuestas que para y desde la sociedad se generan.

Según Agustín García Matilla para ser ciudadanos, desde la óptica educomunicativa, se hace necesario que las personas puedan expresar sus demandas y opiniones en los espacios locales y en los medios de comunicación en igualdad de condiciones.

Dentro de la relación comunicación/educación, que se ha escogido para garantizar la integralidad y la neutralidad de este trabajo, se generan algunas integraciones que es importante anotar, a fin de poder conocer cuál es su tendencia en Colombia al finalizar esta investigación.

### **8.3.1. Educación en materia de comunicación**

---

<sup>29</sup> GARCÍA MATILLA, Agustín. *El desafío de la Educación en la construcción de nuevos tipos de ciudadanías, Educomunicación en el siglo XXI*. Madrid. 2006.

El punto de aplicación de este rango educomunicativo radica básicamente en la necesidad de emisión de mensajes con contenidos e informaciones suficientes y adecuadas para crear una visión y consumo crítico de los medios de comunicación.

En búsqueda de generar buenas prácticas efectivas respecto a la educación en materia de comunicación, de acuerdo con lo planteado por Fernando Tucho<sup>30</sup>, para convertir a la educomunicación en una herramienta de construcción de sociedad, se debe hacer frente en dos aspectos fundamentales que garanticen la movilización, la participación y la apropiación de los medios de comunicación por parte de la sociedad.

Primero, las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación<sup>31</sup>. Se trata aquí de incluir en las políticas públicas herramientas virtuales a través de las cuales los distintos actores puedan mantenerse comunicados e informados acerca de los avances y logros de un determinado programa o proyecto. Se trata de crear canales efectivos para que los medios rindan cuentas ante la sociedad que los observa y esta pueda tener un punto de referencia para criticar y decidir si se queda con x contenidos o no.

Segundo, el fortalecimiento de la democracia social. En este campo se busca direccionar la acción de la educación en materia de comunicación hacia la construcción de espacios de participación y visualización de los mensajes de los medios, y especialmente la televisión. Desde este punto de vista se plantea la construcción de sistemas y medios de comunicación e información encaminados

---

<sup>30</sup> Fernando Tucho es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Profesor permanente del Master en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia y director adjunto del curso "Medios de Comunicación y Manipulación" de esta misma universidad. Miembro de la Asociación de Educomunicadores de España.

<sup>31</sup> TUCHO FERNÁNDEZ, Fernando. *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*. Ed. Master de televisión educativa y corporación multimedia, con la colaboración de UNICEF. Cap. 2 Televisión digital y educación. Madrid. 2002.

al fortalecimiento e inclusión de todos los aspectos de la sociedad como parte de la agenda mediática.

### **8.3.2. Educación para los medios de comunicación**

La educación para los medios es un proceso que busca formar en quienes manejan los medios de comunicación una actitud crítica y responsable frente a los aspectos concernientes a la sociedad que los observa y consume. Tal educación les permitirá participar más plenamente e informar y comunicar con mayor precisión y responsabilidad. En este contexto, la educación para los medios permite que los sujetos sepan aprovechar los elementos de una sociedad y mostrarlos, con pleno conocimiento de a quiénes, y a qué identidades culturales, se les está emitiendo un mensaje.

Así, la alfabetización mediática se hace necesaria para que el sujeto del medio esté en capacidad de comprender íntegramente y de forma rápida lo que debe comunicar, y la capacidad para hacerlo de la forma adecuada al contexto en que se desenvuelve. Se trata, también, de darle a la información un carácter de bien público, pues se parte del conocimiento del grupo al cual se dirige, en este sentido los medios deben investigar la cultura y no suponerla.

El reto de la educomunicación, en este caso, es, entonces, proporcionar las herramientas necesarias para que los medios puedan percibir e interpretar las cualidades de un grupo social, desde sus propios esquemas y categorías, a la vez que lo ubican como parte de sus agenda, sin que esto implique un proceso de alienación o aculturación. Es necesario recordar que el reto de la educomunicación es, también, que exista un ciudadano crítico frente a los medios, en este sentido se está hablando entonces de un proceso den doble vía.

### **8.3.3. Los medios de comunicación en la escuela**

La expresión de los medios *en* la escuela indica un otorgamiento de un significado particular a la relación entre comunicación y educación escolar, que ha adquirido gran relevancia en la práctica<sup>32</sup>. En este caso, el énfasis está puesto en los usos socioeducativos y los intereses que los enmarcan.

Siendo así, Jorge Huergo mira a los medios de comunicación en la escuela desde tres perspectivas diferentes: la informacional, la funcionalista o desarrollista, y el pedagógico crítico o participativo, donde la primera obedece a los medios como canales de información y transmisión en la escuela, esta tiene una función meramente instrumental que no va más allá de la simple concepción del televisor y la radio en clases.

La segunda está basada en los medios de comunicación al servicio de la educación pero sin llegar a una idea crítica que considere adecuadamente las condiciones del conflicto existente entre los medios y la escuela en las sociedades latinas, aquí, lo que se busca es un proceso en el cual se pretende educar usando los medios de comunicación, pero no educar acerca de los medios de comunicación como agentes de socialización y construcción ciudadana.

Y finalmente una perspectiva máxima, a la cual debería apuntar siempre la inclusión de los medios en la escuela, Huergo la ha llamado Pedagógica crítica o participativa y está orientada al uso de los medios de comunicación como agentes para la socialización, la participación y la crítica para la toma de decisiones y posiciones. Se trata aquí de integrar a los medios en el proyecto educativo donde no sólo son facilitadores del aprendizaje ni recursos para el mismo, sino una

---

<sup>32</sup> HUERGO, Jorge A. y OSIN, Luís. Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar. Comp. ZAMBRANO MURILLO, Marco Fidel. Serie Horizonte de la Educación y la Comunicación, libro cuatro. Cap. Sobre La tensión teoría/práctica en el campo de comunicación/educación, la educación y los medios de comunicación. Ed. Universidad Pedagógica Nacional. 1999. Bogotá.

búsqueda por articular los medios a la construcción de la persona como ciudadano o ciudadana.

Según esto, se piensa entonces en un modelo de comunicación escolar que rompe la linealidad descrita anteriormente cuando se hablaba de educación, y va a un modelo en el cual el educando no es sólo un transmisor de contenidos sino también un receptor, y el receptor también funciona como transmisor, se entiende entonces que éste es un modelo de enseñanza-aprendizaje.

#### **8.3.4. La educación y la escuela desde los medios**

En primera instancia pareciera que son lo mismo. Pero la teoría muestra que no, esencialmente la diferencia es una sola, la educación desde los medios se concibe como la función educativa que tienen los medios de comunicación tal y como lo expresa María Teresa Herrán, mientras que la escuela desde los medios corresponde a la visión que tienen los medios de los procesos de enseñanza-aprendizaje y cómo los emiten.

#### **8.4. La educomunicación como la posibilidad de formación ciudadana**

Es el tema más reciente que se ha puesto en términos de educomunicación y tiene una gran influencia que parte desde la UNESCO, o los discursos multilaterales como los han llamado algunos autores, en primera instancia el Informe Aprender a Ser o el Informe Faure (como también se le conoce por el nombre del Presidente de la comisión encargada de realizarlo) propuso que la educación tenía que dejar el enfoque que había puesto sobre la instrucción y concepción del estudiante como sujeto pasivo que sólo recibía una instrucción por parte del profesor (que entre otras cosas era un administrador de la educación), y que se debía avanzar del educar al aprender, dándole así al estudiante la responsabilidad, como sujeto activo, sobre su propia educación.

“Es por lo anteriormente expresado que el Informe Faure incorpora el concepto de educación permanente como un eje de la política educativa que introdujo la idea de que las personas son sujetos para aprender durante toda la vida y pueden decidir qué, cómo y cuándo aprender<sup>33</sup>”

En segunda instancia el Informe Faure propuso sacar la educación de los espacios cerrados, entiéndase por ello escuela, y llevarla a los lugares comunes como las plazas, las calles, etc. se trataba de convertir a las ciudades en escenarios y ambientes para el aprendizaje en donde confluyeran procesos, estrategias y vivencias educativas que lograran poner en práctica el concepto de educación permanente a lo largo de la vida (Dangond: 2005: 42). De esta manera las ciudades dejarían de ser conglomerados urbanísticos y de pobladores para convertirse en espacios educadores (Faure, 1972: 265-ss).

Desde esta óptica, es preciso apuntar que el informe está poniendo especial atención en los procesos de urbanización, de desarrollo tecnológico y mediático, dejando de lado los espacios escolares como únicos propietarios y administradores de la educación.

Del Informe Faure, los medios adoptaron el concepto de ciudad educativa, y no sólo desde los tradicionales, sino que hoy se ve gran auge desde los medios tradicionales o las llamadas campañas de BTL. De igual manera, la empresa privada y gubernamental notó que éstos se convertían en una herramienta esencial para educar o por lo menos llevar un determinado mensaje para el cambio de prácticas culturales y formas de vida, que en el sentido literal responde a la llamada formación de cultura ciudadana.

---

<sup>33</sup> Este texto fue tomado de una de las tesis de grado de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, este no se encuentra incluido dentro de los documentos analizados, pues después del muestreo no fue incluido, toda vez que este se hizo de manera aleatoria simple. El trabajo es un texto inédito y corresponde a un estudio de la educocomunicación desde los discursos multilaterales, la autora es Claudia Dangond.

## **9. CONCLUSIONES -¿A DÓNDE SE LLEGÓ?-**

Terminada la segunda fase de esta investigación (fase de clasificación de la información), se llegó a las siguientes conclusiones:

- Más de la mitad de los trabajos investigativos respecto a la educomunicación en Colombia buscan estudiar a los medios de comunicación y la perspectiva que desde la escuela se tiene de ellos, mientras que se hacen pocos esfuerzos por estudiar la visión que tienen los medios de comunicación de la escuela. Esto se debe a que toda la investigación realizada sobre la temática proviene de las instituciones educativas, demostrando el poco o, quizás, nulo interés que existe desde los medios por estudiar la relación comunicación-educación.
- La formación de cultura ciudadana y la visión de la educación desde los medios de comunicación se presentan con menos del cincuenta por ciento del porcentaje de las investigaciones, pero hay que reconocer que son nuevos temas que se agregan a la educomunicación en Colombia. Al momento de la realización del anterior Estado del Arte éstas temáticas eran casi inexistentes. Quiere decir que la academia cada día se preocupa más por estudiar cómo, desde los medios de comunicación, se puede generar dinámicas para la formación ciudadana, para aprovechar a la ciudad como escenario para la educación y para modificar prácticas culturales entorno al mejoramiento de la calidad de vida.
- Existe una inconsistencia entre el qué y el quién investiga, puesto que desde la academia se trata la formación y educación ciudadana desde los medios de comunicación, y desde éstos no se hace ningún esfuerzo por conocer este tipo de temáticas. Esto es un indicativo de que los medios están suponiendo la realidad, pues no existen investigaciones que demuestren que el público al cuál dirigen sus mensajes, en términos de comunicación y educación, sea el que ellos creen. Desde esta óptica es necesario precisar que los medios están considerando a la sociedad como

mercado y no como escenario que vive procesos sociales que van más allá de la compra o no de determinados productos.

- La investigación, en términos de teoría educomunicativa en Colombia, sigue estancada, puesto que aún se está hablando de las mismas temáticas de hace siete años. Los trabajos están encaminados a establecer qué es la educomunicación o cómo se da la relación comunicación y educación, pero no se presentan aportes en cómo esa unión podría ayudar al desarrollo del país (sólo dos de las investigaciones analizadas corresponden a estudios de casos y sólo el veinte por ciento habla de una temática nueva). En definitiva, la academia sigue intentando hacer definiciones y no avanza hacia el cómo poner en práctica toda la teoría.
- La teoría y la práctica van por caminos distintos. Por un lado la teoría busca explicar qué es la educomunicación, mientras que la práctica va hacia la formación del ciudadano. A futuro esto podría resultar peligroso, puesto que si esas prácticas, que hasta el momento han dado resultados, no son sustentadas desde la teoría, se podría crear un vacío y hacer muchos esfuerzos por el desarrollo social de manera independiente que al no encontrarse alineados estratégicamente y sustentados hacia el mismo norte estarían perdiendo el rumbo sin generar los resultados que sí podrían lograr.
- Caso contrario pasa con los medios desde la escuela, se hacen muchas investigaciones que apuntan hacia esa temática, pero se ejecutan pocas estrategias que lo pongan en práctica. Esto podría estar bloqueando la concepción que desde la escuela se tiene de los medios de comunicación, y por ende caer en el error de creer que la educomunicación se refiere al uso de herramientas audiovisuales en clases, siendo esta la visión más instrumentalista y errada que se pueda tener de ella. Los docentes y estudiantes tienen que entender que los medios son sólo una herramienta y no un fin.

- Pese a que los medios de comunicación, especialmente la televisión, son conscientes de la función y la obligación que tienen con el Estado de educar (Art. 20 de la Constitución Política de Colombia), no se interesan por investigar la temática y generar prácticas que busquen el desarrollo social. Las estrategias analizadas tuvieron cubrimiento y dimensionamiento a través de los medios nacionales y locales gracias a que la entidad financiadora pagó la pauta, y no porque el medio decidiera trabajar la temática y ejecutar la campaña.
- Desde la óptica de la pauta, los medios más usados en cada estrategia ejecutada se refieren a los tradicionales (radio, televisión y prensa), pero más del ochenta por ciento de ellas recurrió directamente a las campañas de BTL (afiches, folletos, presentaciones, entrega de material por correo directos), convirtiéndose éste medio en uno de los más efectivos al momento de posicionar una campaña en el imaginario colectivo.
- Sólo el seis por ciento de las campañas recurrió a la Internet como un medio para posicionar y generar cambios culturales en busca de mejorar la calidad de vida, y ninguna recurrió a la multimedia, las causas de esto pueden ser la poca cobertura de este tipo de medios, el acceso limitado para quienes poseen el servicio (pese a que el Estado, desde el Ministerio de Educación Nacional y el de Comunicaciones, ha puesto en marcha programas como COMPARTEL que buscan garantizar el acceso a las NTICS en todo el país) o la poca investigación que se ha hecho en materia de Alfabetización Digital.
- Sólo tres de las dieciséis prácticas analizadas tuvieron un proceso de evaluación externo, y son precisamente estas tres las únicas que han tenido una segunda o más etapas posteriores. En este sentido la evaluación se convierte en una herramienta importante, pues permite saber en qué se ha fallado y conocer las fortalezas de una campaña a fin de poder seguir implementándola explotando los aspectos positivos e impactantes revelados en la evaluación.

- Las prácticas que tuvieron una evaluación por parte de la entidad y las que no la tuvieron, con excepción de Prensa Escuela, no pasaron a una fase de ejecución posterior. Pese a esto, la práctica demuestra que Colombia es un país avanzado en términos de comunicación y educación, pues entre 1998 y 2007 se generaron más de cuarenta estrategias encaminadas a lograr cambios culturales que ayudaran a mejorar la calidad de vida.
- Las entidades gubernamentales son las más interesadas en ejecutar campañas de desarrollo social (67%), es posible que esto se deba a que el mejoramiento de la calidad de vida y la educación son temas de competencia del Estado y es éste quien tiene que velar para que se cumplan. No hacerlo sería incumplir sus funciones.
- Pese a que los organismos internacionales (UNFPA, PNUD, OEA, entre otros) y las empresas privadas son quienes menos ejecutan campañas de comunicación y educación (6 y 28% respectivamente), son quienes mayoritariamente las financian (38 y 31% cada una). Esto se debe, en el caso de organismos internacionales, a que son entes que manejan grandes cuotas de dinero encaminado a la inversión social en países afectados por temáticas específicas como Colombia, y en el caso de la empresa privada, esto se debe a la responsabilidad social empresarial que tienen con el Estado y las ventajas fiscales que les otorga invertir en campañas y programas de desarrollo social.
- Los temas más tratados en campañas de comunicación y educación tienen que ver con los Derechos Humanos -57%- (derecho a la salud, la no explotación sexual y laboral de los niños, el apoyo a las personas en situación de desplazamiento, derechos de los niños, jóvenes y mujeres, rechazo a las violencias, y los derechos de las mujeres embarazadas), el 31% tiene que ver con la calidad de vida (prevención del embarazo en adolescentes, prevención de accidentes y prevención del consumo de drogas), todos encaminados a mejorar la calidad de vida y a movilizar a las

personas en torno a aspectos que deben conocer para poder participar de la cotidianidad en condiciones de igualdad.

- Sólo el 12% de las campañas se refieren a la calidad de la educación y el uso de los medios de comunicación en clases. Esto resulta preocupante en la medida en que no se les está enseñando a los profesores cómo usar los medios de comunicación en clases y cómo generar procesos que lleven a formar, en el estudiante, actitudes críticas, analíticas y propositivas ante los medios de comunicación. De esta forma se está dejando que los estereotipos y los malos entendidos lleven a que la escuela estigmatice a los medios de comunicación como una institución que forma antivalores y que distrae la atención del joven, de igual manera se está dejando de crear a un ciudadano consiente de sus derechos y deberes, y pasivo ante los medios.
- El fortalecimiento de los llamados Códigos Cívicos y de los convenios institucionales con la Comisión Nacional de Televisión ha permitido que mayor número de campañas tengan dimensionamiento y posicionamiento a través de medios televisivos de gran audiencia y en horarios triple A sin tener que pagar los altos costos monetarios que implica la pauta. Esto se ha convertido en un aliciente más para seguir ejecutando campañas de comunicación y educación, y en un motor para aumentar la efectividad de las mismas.
- Los estudios en comunicación y educación se están generando mayoritariamente desde las facultades de comunicación y no desde las de educación (la única facultad de educación que lo hacía era la de la Universidad Pedagógica a través del CACE, división que ya no existe), es posible que sea por esto que la práctica se esté direccionando hacia la construcción de cultura ciudadana y no hacía la formación y uso de los medios dentro del aula de clases, y por tanto se estén ratificando estereotipos y usos de los medios que no son los adecuados.

- Los pregrados en comunicación desarrollan poco la temática (el de la Javeriana quitó su énfasis en el 98 y el de la Externado, aún existente, sólo ha desarrollado dos investigaciones respecto a la temática). La Universidad Central posee el mayor número de investigaciones respecto al tema, esto se debe a que desde el 98 hasta el 2002 funcionó la Especialización en Comunicación-educación y ahora tiene al IESCO con una línea de investigación especializada. Es necesario que los postgrados avancen hacía el tema, toda vez que desde el pregrado no se hace.
- Existen muy pocas universidades que le apuntan a la investigación en materia de comunicación y educación. Aunque en este trabajo se hace referencia a cinco universidades, es preciso anotar que dos de ellas ya no cuentan con dicha línea porque la eliminaron entre 1998 y el 2007 (el CACE en la Pedagógica y la especialización en la Central), otras como la Javeriana quitaron su énfasis de pregrado y sólo investigan el tema desde la maestría (en la Maestría en Comunicación de la Javeriana no existe una línea de investigación en comunicación y educación, los trabajos realizados en esta temática existen porque los estudiantes así lo han decidido), de igual manera en la Externado el número de investigaciones es muy bajo (2). Hoy sólo existe una Especialización sobre la temática (en la Minuto de Dios) y un ente externo (el IESCO en la Central), evidenciando que a futuro las investigaciones respecto a la comunicación-educación serán menos.
- El cambio generado desde el Ministerio de Educación Nacional, el de Cultura y el de Comunicaciones sobre el Canal Señal Colombia ha permitido crear y emitir programas altamente creativos y con fines educativos que han dado grandes resultados para el país en términos de educomunicación para niños, jóvenes y adultos. De esta manera la relación comunicación y educación desde la práctica no se ha limitado sólo a la emisión de campañas sino que ha avanzado a programas que tienen continuidad y son diseñados especialmente para educar y para ser usados en clases.

- Los medios de comunicación privados se han cerrado totalmente a la emisión de programas educativos, ratificando así el falso supuesto de que sólo los medios institucionales educan y los privados entretienen. Sólo el Canal 13 emite un programa educativo (Profesor Súper O), pero este canal es de cobertura local y no nacional como Caracol y RCN.
- Es posible que con incentivos como el aporte de la Comisión Nacional de Televisión a los Premios India Catalina en el 2007 se motive a los medios televisivos nacionales privados a generar espacios educativos que traspasen la idea de campaña y vayan hacia la formación de audiencias desde el medio mismo.
- Con la prensa sucede lo mismo, aunque esta cuenta con Prensa Escuela, se ha limitado sólo a ésta alternativa y no ha generado otros espacios. Es importante anotar que antes del 98 este programa era sólo para ampliar la cobertura de un determinado diario y para ganar futuros clientes potenciales, y desde la reforma realizada ese mismo año se encaminó hacia el uso adecuado de la prensa en el aula y la creación de herramientas impresas para generar dinámicas de clases distintas a las tradicionales.
- La radio escolar se ha unido a través de la Red Distrital de Emisoras Escolares y Juveniles de Bogotá D. C. para evitar que la radio comercial y las empresas se las tomen como nichos para vender un determinado producto o mensaje.
- La mayoría de las radios escolares (87%) pertenecen a colegios de carácter privado, y las de carácter público no tienen acceso a este tipo de herramientas. No obstante a que el Estado ha encaminado fondos a la compra de equipos técnicos que permitan el acceso, se ha definido pocas estrategias para enseñar al docente y al estudiante a manejarlos, y a crear mensajes críticos y programas educativos y creativos que trasciendan las fronteras de la linealidad escolar.
- Pese a que la legislación colombiana habla de que los medios de comunicación están en la obligación de educar, no existe una

reglamentación que los obligue a cumplir con ciertos espacios o tiempos estrictamente educativos, a fin de garantizar que los medios nacionales privados cumplan con su deber ante la sociedad. De igual manera, es preciso anotar que la Comisión Nacional de televisión, que es la encargada de regular los contenidos de los medios audiovisuales que usan el espectro electromagnético en el país, no es lo suficientemente eficiente en términos de televisión educativa para que se generen espacios de este tipo.

- Desde la radio y la televisión comercial no se generan campañas de comunicación y educación, las que tienen algún tipo de dimensionamiento en medios de alto cubrimiento lo logran a través del pago de la pauta, y mediante los Códigos Cívicos y los convenios de la Comisión.

## 10. RECOMENDACIONES -¿QUÉ SE DEBERÍA HACER DESDE AHORA?-

- Es necesario acabar con estereotipos y mal entendidos que plagan a la comunicación y educación en Colombia, tales como “sólo los medios institucionales educan”, “la educomunicación consiste en incluir equipos técnicos en las clases”, “la televisión y la radio comercial sólo entretienen e informan”, “los medios sólo crean antivalores y distraen la atención de las personas”, “sólo la escuela educa”, “la escuela representa lo lineal y los medios lo entretenido” y “no se puede hacer una conjugación entre lo educativo y lo entretenido”.
- Para los próximos años se debería seguir trabajando el tema de los medios desde la escuela, pero se tiene que hacer muchos esfuerzos para que desde los medios de comunicación se estudie a la escuela y la educación.
- Seguir aprovechando el concepto de ciudad educadora, no sólo desde la academia y las empresas privadas y gubernamentales, sino también desde los medios de comunicación.
- Los medios de comunicación deben, obligatoriamente, comenzar a investigar la realidad y la cultura en vez de suponerla. En este sentido se podría generar más conciencia de la sociedad como una integralidad de seres con cualidades específicas y con posiciones críticas, en vez considerarlos sólo como objetos de un mercado pasivo. Tienen que entender que las personas son sujetos de la comunicación y no objetos de la misma.
- Los futuros investigadores tienen que tomar conciencia de que temas como el qué es la educomunicación y cómo se establece la relación comunicación-educación ya han sido bastante trabajados, y sería pertinente no seguir redundando en lo mismo. En este sentido es mejor que a futuro se trabaje más sobre aspectos como la construcción de la cultura ciudadana desde la educomunicación, la multimedia educativa, la alfabetización digital y estudios de casos, pero sobretodo se hace necesario

trabajar en la búsqueda de herramientas que permitan llevar a la práctica cada vez más esta relación.

- Es necesario que la academia aterrice la teoría, es decir, que busque crear modelos que se puedan aplicar a la práctica y no seguir hablando de definiciones en sentido literal. De esta manera la educomunicación se podría convertir en una herramienta clave para el desarrollo del país y la solución pacífica de conflictos.
- Crear lazos más cercanos entre la teoría y la práctica, es decir, aunar esfuerzos que se direccionen hacia el logro de una meta puntual. Al no encontrarse alineados estratégicamente sería imposible llegar a una meta común en busca del desarrollo social.
- Es necesario hacer investigaciones que se puedan poner en práctica sobre el uso de los medios de comunicación en el aula de clases. De esta forma la educomunicación pueda estar en un estado total de disfrute y explotación en tanto ya no será considerada una simple herramienta sino un medio para construir ciudadanos críticos.
- Los medios de comunicación tienen que comenzar a ejecutar campañas de comunicación y educación como iniciativa propia, de manera tal cumplan el compromiso social y la función educativa a la cual están obligados por la Constitución.
- Se hace imprescindible que todas las empresas que contratan prácticas educomunicativas las sometan a un proceso de evaluación externo a fin de poder descubrir aspectos que le den mayor proyección y alcance a la campaña.
- Es importante que se siga uniendo esfuerzos en pro del desarrollo social como se ha venido haciendo hasta ahora, es decir, que la empresa gubernamental identifique las necesidades del país y busque la financiación de campañas desde la empresa privada y los organismos internacionales.
- Es necesario que la Comisión Nacional de Televisión siga fortaleciendo espacios como los Códigos Cívicos y los convenios interinstitucionales a fin

de seguir motivando la ejecución de prácticas en torno a la educomunicación.

- Es importante que el tema de comunicación y educación comience a ser investigado desde las facultades de educación, y no sólo desde las de comunicación como se ha venido haciendo hasta ahora, de esta manera se crearía una visión más amplia del tema y se podría generar nuevas propuestas que así lo reflejen.
- Es necesario que las universidades que tienen alguna línea de investigación en comunicación y educación la fortalezcan, toda vez que existen pocas en el país y eso podría generar una disminución impertinente en número y calidad de los trabajos. De igual manera es importante apuntar que se debe hacer mayor esfuerzo desde los postgrados y no dejar la responsabilidad sobre el pregrado, toda vez que el último no tiene como fin la producción de conocimiento.
- Se hace necesario que los medios de comunicación privados y nacionales se abran a la posibilidad de crear programas educativos. Es importante que el Estado, desde las entidades encargadas, genere una legislación más fuerte en cuanto a comunicación educativa para los medios privados, y es necesario que la Comisión Nacional de Televisión cumpla más eficientemente con su función de regulación a la televisión privada.
- Para los próximos años, el Estado, y todas las entidades que a este pertenecen, deben destinar mayor número de partidas económicas entorno a la ejecución de campañas de bien público. Deben tener en cuenta que esto es una inversión (toda vez que se retribuye en bienestar social) y no un costo. De igual manera es importante que se fortalezcan incentivos a la comunicación educativa como los Premios India Catalina 2007.
- El Estado debe destinar mayor cantidad de fondos para capacitar a docentes y estudiantes en materia de comunicación y educación, de forma tal que la inversión realizada en equipos técnicos no se pierda como ha venido sucediendo con las radios escolares.

- Las radios escolares deben seguir uniéndose en red a fin de generar programas creativos y educativos, y de normativizar su uso para no convertirse en un nicho de venta para las emisoras comerciales y las empresas privadas.
- Es importante que los investigadores de las zonas del país distintas a Bogotá D. C. se den a la tarea de hacer una revisión del Estado del Arte desde la investigación y la práctica en comunicación y educación como un mecanismo para conocer, de manera exacta, cuál es la situación de esta temática en toda Colombia y de esa manera optar por estrategias que la eleven como una línea apropiada para el desarrollo social y la solución pacífica de los conflictos que aquejan a la sociedad.
- También es recomendable conocer cuál es la situación de los demás países de América Latina respecto a la temática. Siendo esta una posibilidad para poder complementar y tomar métodos que han demostrado ser productivos en un lugar y aplicarlos contextualmente al desarrollo de los demás países.

## 11. BIBLIOGRAFIA

AMAYA ARIAS, Raquel Sofía. *Comunicación para el desarrollo, una aproximación a la prevención y a la promoción*. Conferencia en XI Congreso Nacional de Estudiantes de Comunicación Social: Comunicación y educación, apuestas para construir futuro. Cartagena de Indias D. T. y C. 2006.

Asociación de Educomunicadores de España –Aire Común- (2006) “*Qué es la educomunicación*”, [en línea], disponible en: <http://airecomun.com/Educo.htm>, (recuperado: 23 de octubre de 2006).

CALLE GUERRA, Margarita. *La comunicación entre fábulas y espejismos*. En revista Ciencias Humanas. Edición número 25. Pereira. 2001.

CAMEJO GOÑIS, Ivis. *Contribuciones Breves, algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las ciencias de la información*, 2000.

CALVO, Gloria. *Taller sobre los Estados del Arte*. Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. 1998.

Centro de Comunicación Educativa Audiovisual CEDAL. *Voces Soberanas, experiencias de periodismo ciudadano*. Universidad Mariana de Pasto, Universidad Autónoma de Occidente de Cali y Universidad Tecnológica de Bolívar de Cartagena. Ed. CEDAL. Bogotá. 2005.

Comisión Nacional de Televisión –CNTV-. *Nuevos formatos de televisión educativa: Universidad Externado de Colombia, Canal Universitario de Antioquia, Universidad de Antioquia y Universidad de Cartagena*. Programa de

Investigaciones Académicas sobre Televisión. (Coord. Juan Carlos Garzón Barreto). Bogotá D. C. 2006.

GARCÍA MATILLA, Agustín. *El desafío de la Educación en la construcción de nuevos tipos de ciudadanías, Educomunicación en el siglo XXI*. Madrid. 2006.

GONZÁLEZ, Fabio. *Escritura de los Estados del Arte*. Profesor Ph. D. del Departamento de Ingeniería de Sistemas e Industrial de la Universidad Nacional de Colombia. Director del curso: Seminario de Investigación I. Bogotá D. C. 2000.

HERNÁNDEZ, Carlos Augusto. *Comunicación, educación: pedagogía y cambio cultural*. En revista *Nómadas* de la Universidad Central de Colombia. Edición número 5. Comunicación y Educación, una relación estratégica. Bogotá. 1996.

HERRÁN, M., MARTÍN-BARBERO, J. y ZAMBRANO, M. F. (1999), *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación*. Editorial Universidad Pedagógica Nacional, Colegio Académico de Comunicación y Educación –CACE-. Colombia. 1998.

HERRÁN, María T., “*Pistas para el encuentro comunicación/educación. Estado del Arte en comunicación/educación en el Distrito Especial de Bogotá dentro del contexto Latinoamericano*”, en Perdomo, O. (comp.) *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación*. Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá D. C. 1998.

HUERGO, Jorge A. *Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Ediciones Periodismo y Comunicación. Universidad de la Plata (Buenos Aires, 1996). Citado en HERRÁN, María T. *Palimpsestos y recorridos de*

*la comunicación en la educación.* Ed. Universidad Pedagógica de Colombia (Colombia, 1999).

HUERGO, Jorge A. y OSIN, Luís. Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar. Comp. ZAMBRANO MURILLO, Marco Fidel. Serie Horizonte de la Educación y la Comunicación, libro cuatro. Cap. Sobre La tensión teoría/práctica en el campo de comunicación/educación, la educación y los medios de comunicación. Ed. Universidad Pedagógica Nacional. 1999. Bogotá.

*Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI presidida por JACQUES DELORS.* Ediciones Santillana UNESCO. 1996. Madrid.

*Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación en 1972, Informe Faure o Informe Aprender a Ser.* 1972.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación, educación y cultura.* Memorias de la Cátedra UNESCO de Comunicación 1996-1998. Comp. Marisol Moreno y Esmeralda Villegas. Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Departamento de Comunicación. Cap. 1 Retos culturales de la comunicación a la educación, Pág. 15. Bogotá D. C. 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús., VILCHES, Fernando y MARÍN, Luís F. entre otros. *Tecnocultura y comunicación.* (Editores, PEREIRA José M. y VILLAIEGO PRINS Mirla). Ed. Pontificia Universidad Javeriana. Colección biblioteca del profesional, línea Comunicación, medios y cultura. Memorias de la X Cátedra UNESCO de Comunicación Social. Bogotá D. C. 2003.

MIRALLES, Ana María. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación. Director Aníbal Ford. Ed. Norma. 1999.

MOCKUS, Antanas. *Comunicación para construir lo público*. Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Departamento de Comunicación. Capítulo 1, la ciudad y lo público. Bogotá. 2002.

PATIÑO DÍAZ Gustavo. *Citas y referencias bibliográficas*. Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Bogotá D. C. 2005.

POLANCO, María Victoria y HLEAB. *Experiencias de Comunicación, información y educación*. Universidad del Valle y Secretaria de Salud de Cali. Valle.

REGUILLO Rossana, MARTÍN-BARBERO, Jesús y RINCÓN Omar, entre otros. *Entre miedos y goces, comunicación vida pública y ciudadanía*. (Editores, PEREIRA José M. y VILLADIEGO PRINS Mirla) Ed. Pontificia Universidad Javeriana. Colección biblioteca del profesional, línea Comunicación, medios y cultura. Memorias de la XI Cátedra UNESCO de Comunicación Social. Bogotá D. C. 2006.

RINCÓN, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Director Aníbal Ford. Ed. Norma. 2004.

TORRICO Villanueva, Erick. *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Director Aníbal Ford. Ed. Norma. Capítulo 1 Un campo (Inter.) disciplinario, la socialidad de la comunicación, Pág. 18. 2004.

TUCHO FERNÁNDEZ, Fernando. *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*. Ed. Master de televisión educativa y corporación multimedia, con la colaboración de UNICEF. Cap. 2 Televisión digital y educación. Madrid. 2002.

Universidad de Antioquia. *Qué son los Estados del Arte*. (En línea] [http://docencia.udea.edu.co/bibliotecologia/seminario-estudios\\_usuario/unidad4/estado\\_arte.html](http://docencia.udea.edu.co/bibliotecologia/seminario-estudios_usuario/unidad4/estado_arte.html), (Recuperado 14 de agosto de 2006).

Universidad Externado de Colombia. *Proyecto de comunicación y educación: uso de la televisión en el aula*. Facultad de Ciencias de la Educación. Bogotá D. C. 2000.

WALZER MOSCKOVIC, Alejandra. *Comunicación y educación, miradas sobre las formas de la publicidad*. Cap. 1, Algunas definiciones de la educación y la escuela. Madrid. 2006.

WALZER MOSCKOVIC, Alejandra. *Comunicación y publicidad*. Cap. 4, una mirada hacia la comunicación y la educación en América Latina. Ed. Alfaguara. Madrid. 2006.

## 12. ANEXOS

### 12.1. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 1, sobre los textos analizados

<b>LISTA DE LIBROS SOBRE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN.</b>			
<b>NÚMERO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>AUTOR (ES)</b>	<b>AÑO</b>
<b>BIBLIOTECA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA.</b>			
1	Cultura escolar, cultura mediática/intersecciones.	Jaime Alberto Huergo – María Belén Fernández.	1999
2	Experiencias Pedagógicas en comunicación, medios y nuevas tecnologías.	Colegio Académico de Comunicación y Educación – CACE-	1999
3	Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar.	Luís Osin – Jorge Alberto Huergo	2000
4	Los medios de Comunicación y la sociedad educadora, ya no es necesaria la escuela?	Alejandro Álvarez Gallego.	2003
<b>BIBLIOTECA UNIVERSIDAD JAVERIANA</b>			
1	La educación desde la Comunicación.	Jesús Martín Barbero.	2003
2	Expectativas educativas de las audiencias televisivas.	Valerio Fuenzalida.	2005
3	La comunicación y la escuela, orientaciones para la incorporación, usos y apropiación de los medios de comunicación en las instituciones de Bogotá.	Secretaría de Educación Distrital de Bogotá.	2004

4	La comunicación, un factor de convivencia en la escuela, formación humana desde una perspectiva comunicacional.	José Aladier Salinas Herrera.	2001
5	Televisión, sociedad y educación.	José Javier Muñoz González.	1998
6	Emisoras escolares, escuela y ciudadanía: una propuesta teórica de ciudadanía de la radio escolar.	Trabajo de grado.	2004
7	La producción audiovisual: una nueva forma de relación pedagógica	Trabajo de grado.	2006
8	La radio escolar para la gestión de conflictos y construcción de ciudadanía.	Trabajo de grado.	2002
9	Televisión... mucho más que pantalla.	Trabajo de grado.	2003
<b>UNIVERSIDAD CENTRAL DE COLOMBIA</b>			
1	Medios de comunicación y globalización: tensiones de la política, las identidades y la educación.	Carlos Eduardo Valderrama Higuera.	2004.
2	Entre la ciencia y la magia, o los juegos del aprendizaje.	Nina Cabra.	2004.
3	Lo juvenil y el desarrollo. Una apuesta racional desde la Comunicación-Educación.	Juan Andrés Castro Tobón.	2004.
4	Comunicación y educación: una propuesta de convivencia y desarrollo social.	Beatriz Elena Marín Ochoa.	2002.

5	Participación y proyección social desde la perspectiva comunicación-educación y ciudadanía.	Luís Hernando Silva Rodríguez.	2003.
6	Educación y Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación en América Latina.	Patricia Ávila Muñoz.	2001.
7	Educomunicación: más allá de los conceptos.	María Elena Verdezoto.	2001.
8	Claves sobre comunicación y educación.	Jorge Huergo.	2001.
9	Pedagogía y Racionalidad Comunicativa.	María Azucena López Aranguren.	2002.
10	Desbordes y conflictos entre la cultura escolar y la cultura mediática.	Jorge Huergo.	2001.
11	Comunicación y educación: un nuevo escenario.	Carlos Eduardo Valderrama.	2000.
12	Las radios educativas: diálogo y conflicto.	Carlos Correa.	2000.
13	La comunicación y la educación.	Francisco Prieto.	1998.
14	Comunicación-educación: un campo estratégico de problemas de investigación.	Humberto Cubides.	2000.
15	Comunicación-educación: coordenadas, abordajes y travesías.	Carlos Eduardo Valderrama.	2000.
16	La comunicación y la educación generadoras de cambio.	Lucelly del Socorro Villa Betancourt.	2000.

17	El problema de la ciudadanía: una aproximación desde el campo de la comunicación-educación.	Humberto Cubides.	1999
18	La escuela y los medios masivos de comunicación: un impostergable encuentro.	María Teresa Herrán.	1998.
19	Comunicación, educación y cultura: relaciones, aproximaciones y nuevos retos.	Gabriel Jaime Pérez Montoya.	1999.
20	Propuesta en innovación y gestión en comunicación y educación para la Universidad Pedagógica Nacional.	Orinzón Perdomo Guerrero.	1999.
21	Imaginarios de comunicación y educación en profesores y estudiantes de dos colegios de Bogotá.	Trabajo de grado.	1999
22	Imaginarios de ciudad.	Trabajo de grado.	1998
23	Construcción de ciudadanía en Colombia, a partir del uso efectivo y la promoción de los mecanismos de control ciudadano y las acciones para proteger la ley, los derechos fundamentales y las libertades públicas.	Trabajo de grado.	1999
24	Navegantes inmateriales en el Internet. Prácticas de apropiación del Internet en jóvenes escolares.	Trabajo de grado.	2000

25	Experiencias de incorporación de medios y nuevas tecnologías en la educación básica y media: un estudio de caso y propuesta de innovación.	Trabajo de grado.	2002
26	Prácticas ciudadanas de las niñas y niños que producen radio en la Escuela Radiofónica de Ruana, en Tibosa, Boyacá.	Trabajo de grado.	2001
27	Escuela, medios y nuevas tecnologías: una caracterización de los medios en Bogotá.	Trabajo de grado.	1999
<b>UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS</b>			
1	La radio escolar generadora de procesos comunicativos y pedagógicos.	Trabajo de grado.	1999

**12.2. Fase 2: Clasificación de la información. Anexo 2, aplicación del cuadro 1 sobre las áreas temáticas**

<b>Documentos analizados</b>					
<b>Título</b>	<b>Área temática</b>				<b>Total</b>
	<b>Los medios en la escuela</b>	<b>La escuela desde los medios</b>	<b>Formación de cultura ciudadana</b>	<b>La educación desde los medios</b>	
Cultura escolar, cultura mediática/intersecciones.	1				
Experiencias Pedagógicas en comunicación, medios y nuevas tecnologías.	1				
Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar.	1				
Los medios de Comunicación y la sociedad educadora, ya no es necesaria la escuela?		1			
La educación desde la Comunicación.		1			
Expectativas educativas de las audiencias televisivas.			1		
La comunicación y la escuela, orientaciones para la incorporación, usos y apropiación de los medios de comunicación en las instituciones de Bogotá.	1				

La comunicación, un factor de convivencia en la escuela, formación humana desde una perspectiva comunicacional.	1				
Televisión, sociedad y educación.		1			
Emisoras escolares, escuela y ciudadanía: una propuesta teórica de ciudadanización de la radio escolar.	1				
La producción audiovisual: una nueva forma de relación pedagógica	1				
La radio escolar para la gestión de conflictos y construcción de ciudadanía.			1		
Televisión... mucho más que pantalla.				1	
Medios de comunicación y globalización: tensiones de la política, las identidades y la educación.				1	
Entre la ciencia y la magia, o los juegos del aprendiz.				1	
Lo juvenil y el desarrollo. Una apuesta racional desde la Comunicación-Educación.			1		

Comunicación y educación: una propuesta de convivencia y desarrollo social.			1		
Participación y proyección social desde la perspectiva comunicación-educación y ciudadanía.			1		
Educación y Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación en América Latina.	1				
Educomunicación: más allá de los conceptos.	1				
Claves sobre comunicación y educación.	1				
Pedagogía y Racionalidad Comunicativa.	1				
Desbordes y conflictos entre la cultura escolar y la cultura mediática.	1				
Comunicación y educación: un nuevo escenario.				1	
Las radios educativas: diálogo y conflicto.				1	
La comunicación y la educación.				1	
Comunicación-educación: un campo estratégico de problemas de investigación.	1				

Comunicación-educación: coordenadas, abordajes y travesías.	1				
La comunicación y la educación generadoras de cambio.	1				
El problema de la ciudadanía: una aproximación desde el campo de la comunicación-educación.			1		
La escuela y los medios masivos de comunicación: un impostergable encuentro.				1	
Comunicación, educación y cultura: relaciones, aproximaciones y nuevos retos.				1	
Propuesta en innovación y gestión en comunicación y educación para la Universidad Pedagógica Nacional.	1				
Imaginarios de comunicación y educación en profesores y estudiantes de dos colegios de Bogotá.	1				
Imaginarios de ciudad.			1		

Construcción de ciudadanía en Colombia, a partir del uso efectivo y la promoción de los mecanismos de control ciudadano y las acciones para proteger la ley, los derechos fundamentales y las libertades públicas.			1		
Navegantes inmateriales en el Internet. Prácticas de apropiación del internet en jóvenes escolares.				1	
Experiencias de incorporación de medios y nuevas tecnologías en la educación básica y media: un estudio de caso y propuesta de innovación.	1				
Prácticas ciudadanas de las niñas y niños que producen radio en la Escuela Radiofónica de Ruana, en Tibosa, Boyacá.	1				
Escuela, medios y nuevas tecnologías: una caracterización de los medios en Bogotá.	1				
La radio escolar generadora de procesos comunicativos y pedagógicos.	1				
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>41</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>51%</b>	<b>7%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>99%</b>

**12.3. Fase 2: Clasificación de la información. Anexo 3, lista de prácticas analizadas**

<b>LISTA DE PRÁCTICAS SOBRE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN</b>			
<b>NÚMERO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>ENTIDAD CONTRATISTA</b>	<b>AÑO</b>
1	Circo Karza	Ministerio de la Protección Social y Secretaría de Salud de Barranquilla	2002
2	En todo tu derecho	Organización Internacional para las Migraciones	2006
3	Plan Nacional de Lectura en Bibliotecas	Ministerio de Educación Nacional y Red Nacional de Bibliotecas	2004
4	SOAT, Sí Sirve	Fondo de Prevención Vial y Ministerio de Transporte	1999
5	Infancia Viva	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	2005
6	Todo en Común	Red de Solidaridad Social de Colombia	2003
7	Derechos al Derecho (Historietas al Derecho)	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	2000
8	Métele la Ficha a la Prevención	Ministerio de la Protección Social	2002
9	Condón Pilo	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	2006
10	Mi Cuerpo es Territorio Seguro	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	2007
11	Derechos Convertidos en Hechos	Ministerio de la Protección Social	2002
12	Entregue las Llaves (segunda fase)	Fondo de Prevención Vial, Policía Nacional, Ministerio de la Protección Social y Ministerio de Transporte	1998

13	Prensa Escuela (después de la reestructura de 1998)	Asociación Nacional de Diarios de Colombia	1998
14	Conductor Elegido (segunda fase)	Fondo de Prevención Vial	1998
15	A que te Cojo Ratón	Ministerio de Educación Nacional	2004
16	Estrellas Negras (tres etapas)	Fondo de Prevención Vial	2003, 2004, 2005

**12.4. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 4, aplicación del cuadro modelo 2, parte 1; descripción (objetivos de las prácticas)**

<b>PRÁCTICAS ANALIZADAS</b>	
<b>Título</b>	<b>Descripción de la campaña (objetivos)</b>
Circo Karza	Circo compuesto de 16 actores para enseñarles a los jóvenes a usar métodos de protección contra el embarazo y las enfermedades de transmisión sexual.
En todo tu derecho	Estrategia encaminada a mostrarles a todas las personas, y especialmente a las mujeres, que tienen todo el derecho a reclamar métodos de protección sexual y a tener relaciones sexuales cuando lo deseen.
Plan Nacional de Lectura en Bibliotecas	Esta fue una campaña de movilización alrededor de la lectura en las bibliotecas públicas del país, Bogotá la adoptó nuevamente en el 2007 por ser la Capital Mundial del Libro según la UNESCO.
SOAT, Sí Sirve	Campaña didáctica para mostrar las ventajas del SOAT y así hacer que todas las personas que poseyeran carro obtuvieran el suyo, además, enseñaba qué hacer en caso de accidentes tanto a conductores, peatones y pasajeros.
Infancia Viva	Campaña de rechazo a la violación sexual infantil y al trabajo o explotación de menores.

Todo en Común	<p>Esta fue una campaña encaminada a movilizar a la sociedad respecto al desplazamiento y el sentido de colaboración con las personas que se encontraban en dicha condición. Para esta campaña se contó con una canción emitida por todos los medios nacionales donde aparecían todos los actores del momento. Esta campaña ganó el Premio Iberoamericano de Periodismo, Comunicación y Sociedad para Todos.</p>
Derechos al Derecho (Historietas al Derecho)	<p>Esta campaña se hizo a través de medios impresos con el fin de enseñarle a los jóvenes, a través de historietas, cuáles eran sus derechos y cómo y ante quién reclamar en caso de violación.</p>
Métele la Ficha a la Prevención	<p>Esta fue una estrategia encaminada a enseñar y movilizar a los padres de familia respecto al consumo de drogas por parte de los jóvenes.</p>
Condón Pilo	<p>Tiene varios componentes encaminados al uso adecuado del condón, de las píldoras anticonceptivas, la prevención del embarazo y la violación sexual.</p>
Mi Cuerpo es Territorio Seguro	<p>Esta estrategia de comunicación y educación tiene cuatro componentes fundamentales, las violencias (física, sexual y psicológica), salud sexual y reproductiva (hacerse la citología, reclamar el resultado y exigir atención oportuna), embarazo a temprana edad y maternidad segura. Para esta campaña se contó con la participación de personajes de la televisión como Paula Andrea Betancourt, la Gorda Fabiola, María Cecilia Botero, Julio y Farina.</p>
Derechos Convertidos en Hechos	<p>Campaña encaminada a promover el uso del condón, la salud sexual y reproductiva, el diálogo entre parejas antes de tener sexo, el cuidado sexual entre parejas del mismo sexo. Tuvo mensajes como "No te mueras de amor", "Cama Franca", "Sexo entre hombres, cuestión de sobrevivencia; usa el condón". Contó con la participación de personajes como Paula Andrea Betancourt y Andrea Echeverri.</p>

Entregue las Llaves (segunda fase)	Su función principal era motivar, empoderar y movilizar a los conductores acerca de la importancia de no tomar si se va a manejar, evitar accidentes de tránsito por consumo de alcohol.
Prensa Escuela (después de la reestructura de 1998)	Se trata de enseñar a las profesoras y estudiantes las maneras adecuadas del uso de la prensa dentro de la escuela, incluye talleres, seminarios, diseño de periódicos escolares, periódicos murales y las clases dirigidas al análisis de la prensa.
Conductor Elegido (segunda fase)	Se trataba de generar una dinámica encaminada a que en cada rumba se escogiera a una persona encargada de manejar, esta persona no tenía derecho a tomar alcohol esa noche y de esa manera se evitaban accidentes y muertes por manejar embriagado.
A que te Cojo Ratón	Esta estrategia de buscaba movilizar a los profesores a incluir las herramientas NTICS en sus clases, constaba de talleres educativos para profesores y la enseñanza de manejo del computador y la Internet.
Estrellas Negras (tres etapas)	A lo largo de las tres etapas tuvo muchos componentes, los más importantes: uso adecuado del carril por parte de motociclistas, uso de la cebra por parte de los peatones, no manejar embriagado, respeto por la cebra y los límites de velocidad, y el uso adecuado del SOAT.

**12.5. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 5, aplicación del cuadro #1 sobre las prácticas, sobre las áreas temáticas**

<b>PRÁCTICAS ANALIZADAS</b>					
<b>Título</b>	<b>Área temática</b>				<b>Total</b>
	<b>Los medios en la escuela</b>	<b>La escuela desde los medios</b>	<b>Formación de cultura ciudadana</b>	<b>La educación desde los medios</b>	
Circo Karza			1		
En todo tu derecho			1		
Plan Nacional de Lectura en Bibliotecas				1	
SOAT, Sí Sirve			1		
Infancia Viva			1		
Todo en Común			1		
Derechos al Derecho (Historietas al Derecho)			1		
Métele la Ficha a la Prevención			1		
Condón Pilo			1		
Mi Cuerpo es Territorio Seguro			1		

Derechos Convertidos en Hechos			1		
Entregue las Llaves (segunda fase)			1		
Prensa Escuela (después de la reestructura de 1998)	1				
Conductor Elegido (segunda fase)			1		
A que te Cojo Ratón		1			
Estrellas Negras (tres etapas)			1		
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>16</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>82%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>

**12.6. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 6, aplicación del cuadro 2, sobre los avances de las prácticas**

<b>CUADRO DOS, SOBRE LAS PRÁCTICAS</b>					
<b>Título</b>	<b>Año</b>	<b>Autor (es)</b>	<b>Tipo de práctica</b>	<b>Metodología - Medio</b>	<b>Evaluación</b>
Circo Karza	2002	Ministerio de la Protección Social y Secretaría de Salud de Barranquilla	Formación de cultura ciudadana.	BTL. (Impresos y presentaciones).	NO

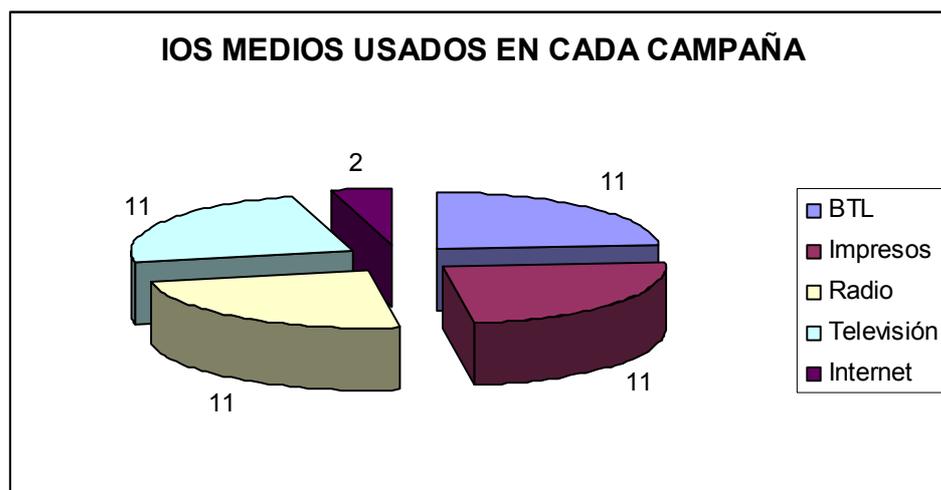
En todo tu derecho	2006	Organización Internacional para las Migraciones	Formación de cultura ciudadana.	Televisión, Radio, Impresos y BTL.	La entidad contratante.
Plan Nacional de Lectura en Bibliotecas	2004	Ministerio de Educación Nacional y Red Nacional de Bibliotecas	Educación desde los medios	Internet, impresos, Televisión y Radio.	NO
SOAT, Sí Sirve	1999	Fondo de Prevención Vial y Ministerio de Transporte	Formación de cultura ciudadana.	Impresos, BTL, televisión y Radio.	NO
Infancia Viva	2005	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	Formación de cultura ciudadana.	Impresos, radio y televisión.	NO
Todo en Común	2003	Red de Solidaridad Social de Colombia	Formación de cultura ciudadana.	Televisión y radio.	Centro Nacional de Consultoría.
Derechos al Derecho (Historietas al Derecho)	2000	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	Formación de cultura ciudadana.	Impresos y BTL.	La entidad contratante.
Métele la Ficha a la Prevención	2002	Ministerio de la Protección Social	Formación de cultura ciudadana.	BTL. (impresos y presentaciones).	NO
Condón Pilo	2006	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio, televisión e impresos.	La entidad contratante.
Mi Cuerpo es Territorio Seguro	2007	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio, televisión e impresos.	NO (aún no ha finalizado)
Derechos Convertidos en Hechos	2002	Ministerio de la Protección Social	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio, televisión e impresos.	Centro Nacional de Consultoría. (Fue incluido dentro de los Documentos CONPES por su calidad).

Entregue las Llaves (segunda fase)	1998	Fondo de Prevención Vial, Policía Nacional, Ministerio de la Protección Social y Ministerio de Transporte	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio y televisión.	La entidad contratante.
Prensa Escuela (después de la reestructura de 1998)	1998	Asociación Nacional de Diarios de Colombia	Los medios desde la escuela.	Impresos y TBL.	ANDIARIOS
Conductor Elegido (segunda fase)	1998	Fondo de Prevención Vial	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio y televisión.	La entidad contratante.
A que te Cojo Ratón	2004	Ministerio de Educación Nacional	La escuela desde los medios.	Internet e impresos.	NO
Estrellas Negras (tres etapas)	2003, 2004, 2005	Fondo de Prevención Vial	Formación de cultura ciudadana.	BTL, radio, televisión e impresos.	Centro Nacional de Consultoría y la entidad contratante.

**12.7. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 7, aplicación del cuadro 2, medios usados por las campañas**

SOBRE EL CUADRO DOS		
Medios usados por cada campaña		
Tipo de medio	Cantidad	Porcentaje
BTL	11	69%
Impresos	11	69%
Radio	11	69%
Televisión	11	69%
Internet	2	12%

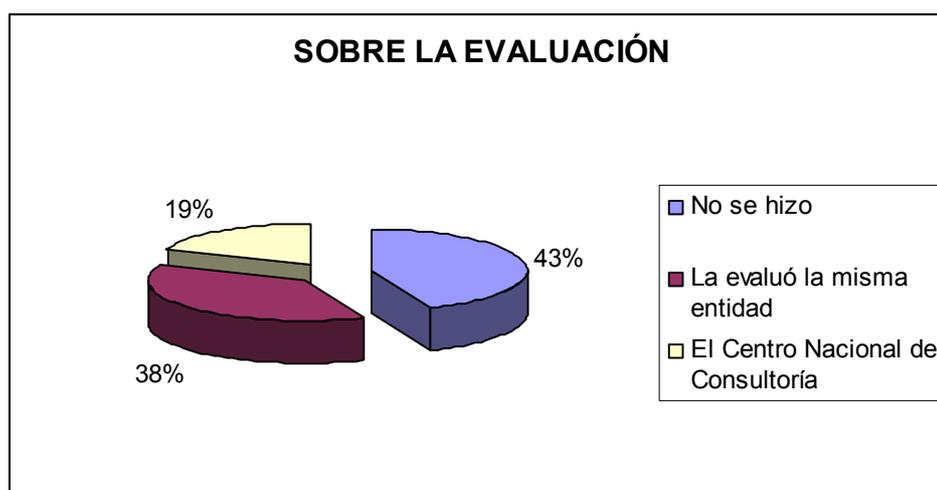
En esta investigación se define a campañas de BTL como todas aquellas que implican medios alternativos de comunicación (voz a voz, correo directo, afiches, plegables, folletos, carpetas, vallas, avisos, eucoles) y por impresos a revistas y periódicos.



**12.8. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 8, aplicación del cuadro 2, sobre la entidad evaluadora de cada campaña**

<b>SOBRE EL CUADRO DOS</b>		
<b>Sobre la evaluación de cada campaña</b>		
<b>Evaluación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
No se hizo	7	44%
La evaluó la misma entidad	6	38%
El Centro Nacional de Consultoría	3	19%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

La diferencia entre una evaluación hecha por la entidad que contrata una campaña y la realizada por el Centro Nacional de Consultoría radica básicamente en la imparcialidad que el CNE puede agregar a la evaluación, pues es un ente externo y además está acreditado nacionalmente para realizar este tipo de actividades.



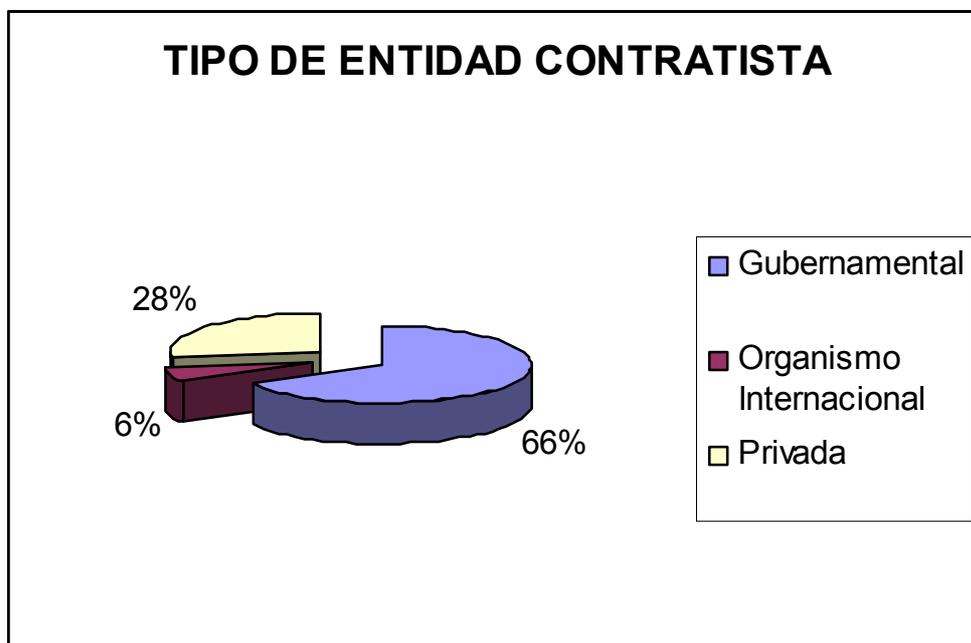
**12.9. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 9. Aplicación del cuadro tres, sobre las empresas y los ejes temáticos**

<b>APLICACIÓN DEL CUADRO TRES, SOBRE LAS EMPRESA Y LOS EJES TEMÁTICOS</b>					
<b>Título</b>	<b>Año</b>	<b>Entidad</b>	<b>Tipo de entidad</b>	<b>Financiación</b>	<b>Eje temático</b>
Circo Karza	2002	Ministerio de la Protección Social y Secretaría de Salud de Barranquilla	Gubernamental	Organismo Internacional	Derechos en Salud
En todo tu derecho	2006	Organización Internacional para las Migraciones	Organismo Internacional	Organismo Internacional	Derechos Humanos
Plan Nacional de Lectura en Bibliotecas	2004	Ministerio de Educación Nacional y Red Nacional de Bibliotecas	Gubernamental	Gubernamental	Promoción de la Lectura
SOAT, Sí Sirve	1999	Fondo de Prevención Vial y Ministerio de Transporte	Privada y Gubernamental	Privada	Derechos frente a la entidad privada
Infancia Viva	2005	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	Gubernamental	Gubernamental	No a la explotación sexual y laboral infantil
Todo en Común	2003	Red de Solidaridad Social de Colombia	Gubernamental	Organismo Internacional	Apoyo a los desplazados
Derechos al Derecho (Historietas al Derecho)	2000	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	Gubernamental	Gubernamental	Derechos de los niños y jóvenes
Métele la Ficha a la Prevención	2002	Ministerio de la Protección Social	Gubernamental	Gubernamental	Prevención del consumo de drogas

Condón Pilo	2006	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	Gubernamental	Organismo Internacional	Salud sexual y reproductiva
Mi Cuerpo es Territorio Seguro	2007	Secretaría de Salud Distrital de Bogotá D. C.	Gubernamental	Organismo Internacional	Salud sexual y reproductiva, rechazo a las violencias, maternidad segura y prevención del embarazo a temprana edad
Derechos Convertidos en Hechos	2002	Ministerio de la Protección Social	Gubernamental	Organismo Internacional	Salud sexual y reproductiva
Entregue las Llaves (segunda fase)	1998	Fondo de Prevención Vial, Policía Nacional, Ministerio de la Protección Social y Ministerio de Transporte	Privada y Gubernamental	Privada	Prevención de mortalidad en accidentes de tránsito
Prensa Escuela (después de la reestructura de 1998)	1998	Asociación Nacional de Diarios de Colombia	Privada y Gubernamental	Privada	Uso de la prensa en la escuela
Conductor Elegido (segunda fase)	1998	Fondo de Prevención Vial	Privada y Gubernamental	Privada	Prevención de mortalidad en accidentes de tránsito
A que te Cojo Ratón	2004	Ministerio de Educación Nacional	Gubernamental	Gubernamental	Calidad de la enseñanza en la escuela
Estrellas Negras (tres etapas)	2003, 2004, 2005	Fondo de Prevención Vial	Privada y Gubernamental	Privada	Prevención de mortalidad en accidentes de tránsito

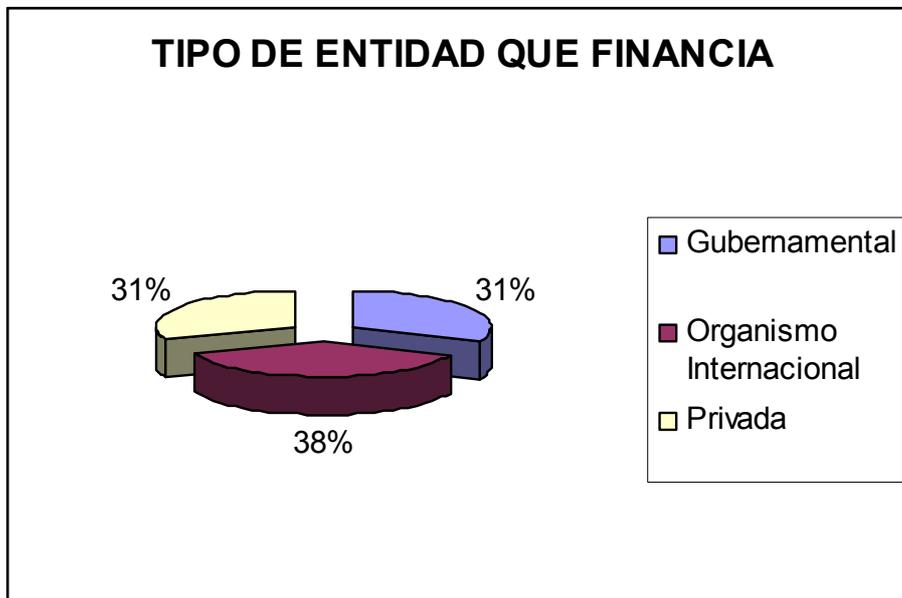
**12.10. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 10, aplicación del cuadro 3, las entidades que contratan campañas**

<b>SOBRE EL CUADRO TRES</b>		
<b>Tipo de entidad contratista</b>		
<b>Tipo de entidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Gubernamental	12	67%
Organismo Internacional	1	6%
Privada	5	28%
Total	18	100%



**12.11. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 11, aplicación del cuadro 3, las entidades que financian campañas**

<b>SOBRE EL CUADRO TRES</b>		
<b>Tipo de entidad que financia</b>		
<b>Tipo de entidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Gubernamental	5	31%
Organismo Internacional	6	38%
Privada	5	31%
Total	16	100%



**12.12. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 12, aplicación del cuadro 3, los temas tratados en campañas**

<b>TEMAS TRATADOS EN CAMPAÑAS</b>			
<b>Tema</b>	<b>Tema global</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Derechos en salud	Derechos Humanos	9	56,25%
Derechos Humanos	Derechos Humanos		
Promoción de la lectura	Derechos Humanos		
Derechos del consumidor	Derechos Humanos		
No a la explotación sexual infantil	Derechos Humanos		
No a la explotación laboral infantil	Derechos Humanos		
Apoyo a los desplazados	Derechos Humanos		
Derechos del niño y del joven	Derechos Humanos		
Prevención del consumo de drogas	Derechos Humanos		
Derechos en salud sexual y reproductiva	Calidad de vida	5	31,25%
Rechazo a las violencias	Calidad de vida		
Maternidad segura	Calidad de vida		
Prevención del embarazo a temprana edad	Calidad de vida		
Prevención de la mortalidad en accidentes de tránsito	Calidad de vida		
Uso de la prensa en la escuela	Calidad de la educación	2	12,50%
Calidad de la enseñanza en el aula	Calidad de la educación		
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>100,00%</b>

## **12.13. Fase 2, clasificación de la información. Anexo 13. Las Facultades**

### **12.13.1. Universidad externado de Colombia**

En el pregrado en Comunicación Social-Periodismo de esta universidad existe una “línea de Investigación en comunicación y educación para la ciudadanía” donde se recogen las reflexiones sobre los programas de formación de comunicadores tanto en Colombia como en América Latina.

Esta línea de investigación busca establecer directrices para avanzar en la renovación y fortalecimiento del diseño curricular en comunicación, así como metodologías de enseñanza y aprendizaje más apropiadas al propósito central de formar comunicadores innovadores y participes en el fortalecimiento de la democracia.

Busca también resignificar la relación comunicación y educación en la perspectiva de superar su enfoque pedagogizante y didáctico, para explorar dicha relación desde una perspectiva política y cultural, articulada a los cambios que hoy pasan por los procesos de comunicación e información y su importancia en la construcción de ciudadanía.

### **12.13.2. Corporación Universitaria Minuto de Dios**

Posee una Especialización en Comunicación Educativa que apunta su investigación desde una línea denominada “Proyección de acciones comunicativas y pedagógicas”.

Está dirigida a educadores, comunicadores y profesionales de las ciencias sociales interesados en comprender y manejar los mensajes de los medios en el ámbito de la enseñanza, así como en la resolución de conflictos al interior de cualquier escenario social.

Los objetivos de esta especialización son: Generar contacto con el pensamiento contemporáneo en el campo de la comunicación y educación, crear profesionales capaces de servir a la sociedad colombiana como un constructor de nuevos conceptos de la comunicación y la pedagogía para facilitar la convivencia en función de las necesidades sociales, que posibilite la calidad de vida y el bienestar individual y colectivo.

Se busca que el profesional de esta especialización pueda incorporar los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en los procesos educativos y comunicativos, que cuente con los elementos de juicio necesarios para elaborar un adecuado análisis del discurso de los medios de comunicación, que tenga un conocimiento práctico de los medios para aplicarlos en procesos pedagógicos y de comunicación en cualquier escenario social, y que pueda intervenir como mediador en cualquier conflicto de su propia comunidad.

### **12.13.3. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá**

En esta universidad se encuentra la Maestría en Comunicación. El programa cuenta con cuatro áreas de investigación que, a su vez, dan lugar a las líneas con que cuenta el programa a niveles teórico e investigativo.

1. Comunicación y política: Esta línea está orientada al desarrollo de problemáticas relacionadas con la comunicación y la política desde una perspectiva socio-cultural. Incluye el análisis de temáticas asociadas con la complejidad política de las sociedades de masas; el papel de las prácticas y las tecnologías de la comunicación en la vida política de las sociedades contemporáneas; el estudio de las políticas de comunicación y cultura, así como el análisis de las relaciones entre comunicación y esfera pública.

2. Medios de comunicación y culturas mediáticas: Esta línea de investigación está orientada al análisis de los procesos de significación de los medios de comunicación a través de sus diversas estrategias de narración y lógicas de

producción de sentido en las sociedades contemporáneas. Incluye el análisis de los medios de comunicación desde sus interacciones con la construcción de identidades políticas y culturales, las creaciones de imágenes, roles, estereotipos, lenguajes, representaciones, entre otras.

3. Recepción y usos de la comunicación: En esta línea de investigación se abordan los procesos de interpretación, apropiación y usos por parte de las audiencias y públicos de la comunicación. Incluye los tradicionales estudios de recepción y consumo de los medios masivos, pero también el análisis de los procesos, usos y significación de la comunicación asociados con la configuración de identidades, las prácticas culturales, la territorialidad y nuevas tecnologías.

4. Teorías y metodologías de comunicación y cultura: Esta línea está estructurada a partir del análisis transversal de los estudios e investigaciones realizadas en la perspectiva de la relación comunicación-cultura. Incluye el análisis y la reflexión de los aportes teóricos y metodológicos que han configurado el campo de estudios de la comunicación, con especial énfasis en América latina.

#### **12.13.4. Universidad central de Colombia**

Esta universidad manifiesta su relación entorno a la comunicación y educación a través del IESCO –Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos- y su línea de investigación en Comunicación-educación, puesto que el pregrado en Comunicación Social y los postgrados existentes en la universidad no le apuntan a esta temática. En este sentido es importante anotar que hasta el 2002 existió en dicha universidad una Especialización en Comunicación-educación que en este momento se encuentra en proceso de reforma para convertirse en maestría.

Esta línea nace en 1997 como fruto de la preocupación y de la reflexión por las dinámicas y transformaciones culturales contemporáneas de la sociedad. En consecuencia, concibe la comunicación-educación como un campo relacional atravesado por la cultura, desde la cual es posible generar nuevos horizontes de

sentido para entender las dinámicas de la sociedad y apostar por la transformación de las realidades comunicativas educativas del país. Así, la comunicación-educación se convierte en estratégica porque permite plantear y/o recrear modos de producción de conocimiento desde una perspectiva transdisciplinar para abordar problemas conectados con la transformación de la subjetividad, el estatuto del saber, los modos de producción, comunicación y diseminación del conocimiento, las nuevas modalidades de aprendizaje atravesadas por los medios y tecnologías, así como con los problemas relacionados con la ciudadanía, la participación en el desarrollo local y la incidencia en políticas de comunicación y educación formal y no formal.

La línea ha desarrollado hasta el momento tres áreas temáticas: *Comunicación-educación y ciudadanía; Gestión en comunicación-educación y desarrollo local, Tecnoculturas, mediaciones digitales e hipertextualidad.*

#### **12.13.5. Universidad Pedagógica Nacional**

Actualmente no cuenta con ninguna línea de investigación, ni en pregrado o postgrado, dedicada exclusivamente a esta temática, pero tiene una Maestría en Educación, y una Maestría y Especialización en Tecnologías de la Información Aplicadas a la Educación. Hasta el 2002 contó con el Colegio Académico de Comunicación y Educación, de donde se desprenden algunos de los trabajos analizados en esta investigación.

#### **12.14. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 14, programas educativos de Señal Colombia**

##### **Cromosomos**

Es un programa juvenil y su propuesta creativa parte del reconocimiento de los jóvenes como sujetos que participan y transforman los contextos cotidianos, familiares, escolares, sociales y culturales. Teniendo en cuenta esta diversidad de

contextos y la relevancia de la televisión en estos procesos de socialización, Cromosomos propone una estructura a través de cuatro tópicos básicos: Subjetividad y jóvenes, diversidad cultural y juventudes, identidades generacionales y jóvenes, y política y jóvenes.

La propuesta de este programa se orienta a construir una audiencia juvenil como un lugar de integración e interacción con otras mentalidades y generaciones, con otras formas de aprehender y divulgar los conocimientos. Además, cuenta con tres secciones especiales para ser usadas en clases que son Competencias, Concurso Cromosomos y Recursos.

Competencias, es una guía en la que se desglosa el capítulo del programa para que los docentes sepan con que recursos se puede reforzar el aprendizaje, según el tema manejado.

Concurso Cromosomos, es un segmento del programa de TV. a él se encuentran adjuntas las preguntas que se realizan en el programa para que docentes y alumnos puedan hacer uso de estas en clase.

Recursos, son actividades adicionales dentro del portal Colombia Aprende, vinculados con las competencias y el tema general visto en el respectivo capítulo del programa. Esto es para reforzar el aprendizaje.

### **Chinkanarama**

Presenta dos grandes componentes: un dramatizado, donde se narran las aventuras de cuatro niños cuyas vidas cambian cuando aparece en su barrio Sophía, una bella y despistada viajera del futuro que trae la misión de lograr que los niños desarrollen sus competencias básicas y trabajen en grupo para obtener 73 objetos de aprendizaje. Y, un magazín que aporta otra mirada sobre los hechos

del dramatizado, planteando nuevos modos de abordar y aplicar las competencias tratadas en formato de ficción.

### **Rutas del Saber Hacer**

Es el espacio para la difusión de las experiencias significativas de aula, donde de una forma amena, se cuentan historias de proyectos que hayan contribuido a mejorar las prácticas de enseñanza en las instituciones educativas y que sirvan como ejemplo para replicar.

### **Dile Más**

Es un programa dirigido a jóvenes, especialmente de básica secundaria, que busca establecer un proceso de sensibilización y de reflexión en donde, a partir de la puesta en escena de dilemas propios de los jóvenes, se fortalezcan las competencias ciudadanas. Documentales, historias de vida, foros participativos, entrevistas, crónicas y preguntas detonantes, hacen parte de este programa.

La programación educativa podrá ser consultada a través del Portal Colombia Aprende del Ministerio de Educación Nacional ([www.colombiaprende.edu.co](http://www.colombiaprende.edu.co)), donde además, docentes y alumnos encontrarán guías, actividades y recursos para desarrollar en clase, así como sinopsis de los capítulos, noticias y eventos, para que siempre estén actualizados.

## **12.15. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 14, programas educativos de Canal 13**

### **Profesor Súper O**

Se trata de un filantrópico personaje que viene a salvarnos de los gazapos o errores idiomáticos e históricos que cometemos sin darnos cuenta todos los días, él es el Profesor Súper-O, quien en su vida cotidiana es dueño de una sevichería

sin ánimo de lucro personal y que recuerda con alegría su incursión en el mundo futbolístico.

Las aventuras de este simpático personaje se desarrollan en tan solo 5 minutos y de forma entretenida y divertida, educa no solo a los pequeños, también a los adultos que por costumbre o desconocimiento atropellan el idioma español.

Los programas fueron creados bajo la premisa de una televisión educativa renovada –según los parámetros del Ministerio de Educación-, con estructuras modernas y acordes a los gustos de los niños y niñas del país y encaminados a desarrollar las competencias básicas para cada grado y área del conocimiento.

#### **12.15. Fase 2, Clasificación de la información. Anexo 15, Caracterización del Programa Prensa Escuela**

Es un programa iniciado en Colombia a partir del año 1993 mediante convenio suscrito entre la organización de Estados Iberoamericanos OEI, La Asociación de Diarios Colombianos ANDIARIOS y el Ministerio de Educación Nacional. Su objetivo inicial fue elevar la calidad de los procesos de enseñanza - aprendizaje para las diferentes áreas curriculares, lograr un mejor acercamiento a la información, mejorar los procesos comunicativos escolares y proporcionar elementos para comprender los hechos de la actualidad con actitud reflexiva y crítica. Al finalizar el convenio en el año 1998, el programa continuó desarrollándose en varios periódicos del país afiliados a ANDIARIOS. Actualmente son 16 periódicos que dentro de sus actividades desarrollan el programa Prensa-Escuela.

Como se pudo establecer a través de la evaluación del impacto del Programa Prensa Escuela, llevada a cabo en el año 1998, durante estos años se ha logrado que el periódico se convierta en un agente dinamizador del aprendizaje,

sensibilizar al docente para que a través de la prensa desarrolle habilidades de comunicación en el alumno, salir de la rutina y mecanización que adquieren los niños al aprender con el mismo texto durante todo el año e igualmente ha sacado al maestro de la rutina de enseñanza, se han desarrollado habilidades de construcción de conocimiento en el alumno, análisis y construcción de textos.

### 12.16. Cronograma de trabajo

<b>CRONOGRAMA DE TRABAJO</b>		
<b># Semana</b>	<b>Fase de investigación</b>	<b>Actividad</b>
1	Contextualización	Revisión de objetivos, metodología, planteamiento del problema y antecedentes
2		Diseño del marco teórico final
3	Clasificación de la Información.	Recolección de documentos escritos.
4		
5		Recolección de prácticas.
6		
7		Lectura y clasificación de los documentos escritos y las prácticas según los cuadros modelo. Tabulación de datos.
8		
9		
10		
11		
12		
13	Categorización.	Análisis de los datos obtenidos en la fase anterior.
14		
15		Redacción de las conclusiones y recomendaciones.
16		
17		Redacción del informe final de la tesis o resumen.
18		