



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área de la Educación, El Arte y la Comunicación

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE LICENCIADOS
EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL.**

AUTORES:

SILVANA ELIZABETH PERALTA CARPIO

DARWIN G. VALAREZO LOZADA

DIRECTOR:

LIC. JOSÉ ÍÑIGUEZ CARTAGENA

LOJA – ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

Lic. José Iñiguez Cartagena

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Que el trabajo de tesis titulado **“INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA”**, de autoría de los egresados Srta. Silvana Elizabeth Peralta Carpio y Sr. Darwin G. Valarezo Lozada, ha sido revisado y corregido bajo mi dirección por lo que, autorizo su presentación.

Loja, marzo de 2012.

.....

Lic. José Iñiguez Cartagena

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los conceptos, ideas, análisis, procedimientos, resultados y propuesta planteada en el presente trabajo de investigación denominado **“INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA”**, son de exclusiva responsabilidad de Silvana Peralta Carpio y Darwin Valarezo Lozada.

.....
Silvana Elizabeth Peralta Carpio

CI.110426312-2

.....
Darwin Gonzalo Valarezo Lozada

CI.110441376-8

AGRADECIMIENTO

Al culminar nuestro trabajo de investigación, extendemos un profundo agradecimiento a los docentes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, por ser buenos tutores y convertirse en el cimiento de nuestra formación profesional.

Dado reconocimiento lo exteriorizamos al licenciado Wilmer Espinoza, asesor del proyecto y de manera especial al licenciado José Iñiguez Cartagena, Director de nuestra Tesis, ya que sus conocimientos, aporte y guía nos orientaron hasta la culminación exitosa de nuestro trabajo investigativo. Agradecemos también al doctor Milton Andrade, ex coordinador de la Carrera por su aporte, así mismo al señor Sergio Sinche, ex secretario de la Carrera y a todas las instituciones que nos abrieron las puertas para realizar nuestras prácticas pre-profesionales.

No debemos dejar de lado el reconocimiento al ingeniero Manuel Guamán, rector del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, quien nos permitió desarrollar nuestro tema de tesis, y a todo el cuerpo docente y estudiantes del establecimiento educativo por darnos la oportunidad de trabajar con ellos, dando como resultado tener un referente para desarrollar nuestra propuesta.

Finalmente exteriorizamos la gratitud a nuestros padres por la ayuda fecunda en todo momento y a todas las personas que nos brindaron su apoyo con palabras de optimismo y aliento para continuar en la ejecución de la tesis.

LOS AUTORES

DEDICATORIA

A Dios, a mis abuelos Miguel Ángel (+) y Carmen Delia (+) y de manera especial a mi hermanita María Soledad (+), quienes desde el cielo me apoyaron siempre; a mis padres Ángel y Karmita, por tener la paciencia y estar siempre a mi lado brindándome sus consejos e incentivándome a ser buena persona; a mis tías Genoveva y Mariana, excelentes profesionales que siempre estuvieron a mi lado; y, por supuesto, a mi alma gemela Darwin, que fue el pilar fundamental para la elaboración de la tesis.

Finalmente a todos quienes me ofrecieron su ayuda muchas gracias, éste logro será el primero de los muchos que pretendo alcanzar.

SISI

A Dios, a mis padres Nelson y Graciela; y, mis hermanos José y Edwin por ser los mayores exponentes en la realización de nuestra tesis, por ser unos buenos consejeros y estar pendientes en todo momento del desarrollo de la investigación. El agradecimiento lo extiendo a mis abuelos por sus bendiciones desde el cielo. A mis sobrinos José Luis, Jack Luca y Jareck Leonardo por ser un incentivo de superación para mí, así también a Sisi por su aporte y compromiso fehaciente en el desarrollo de la tesis.

A todos los amigos y amigas que me han brindado consejos y palabras de aliento, sé que no los voy a defraudar y estoy seguro que emprenderé nuevos proyectos y estudios.

DARWIN

ESQUEMA DE TESIS

- Portada.
- Certificación.
- Autoría.
- Agradecimiento.
- Dedicatoria.
- Esquema de Tesis.
 - a. Título.
 - b. Resumen en castellano e inglés.
 - c. Introducción.
 - d. Revisión de Literatura.
 - e. Materiales y Métodos.
 - f. Resultados.
 - g. Discusión.
 - h. Conclusiones.
 - i. Recomendaciones.
 - Propuesta.
 - j. Bibliografía.
 - k. Anexos.
 - Proyecto de Tesis.
 - Índice de Contenidos.

a. TÍTULO:

INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA

b. RESUMEN

El trabajo de tesis titulado INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA, fue realizado con el objeto de coadyuvar a la formación de los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del cantón y provincia de Loja. El colegio al cual hacemos mención fue creado por Resolución Ministerial 4105 en octubre de 1971, se encuentra ubicado en la parroquia de Vilcabamba, específicamente en la parte Nor-este a 400 metros del parque central de la parroquia antes mencionada. El propósito del presente trabajo es contribuir al mejoramiento del nivel de enseñanza aprendizaje en dicho plantel, dado que es uno de los más reconocidos de la zona Sur-oriental. Esta investigación, de carácter analítico, interpretativo y aplicado, permitió afirmar las concepciones expuestas en el trabajo, valiéndose de los métodos analítico, sintético, deductivo, inductivo, interpretativo, lógico y pragmático. Asimismo, se utilizaron las técnicas de la encuesta que se aplicó a 100 estudiantes, 70 padres de familia y 30 docentes del establecimiento, así como entrevistas a los docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, lo cual permitió obtener resultados para contrastar la hipótesis, verificar los objetivos y establecer las conclusiones y recomendaciones aquí expuestas. La propuesta que se la desarrolló contiene estrategias comunicacionales adecuadas al medio electrónico: la televisión, que permitirán la sostenibilidad y sustentabilidad de los videos educomunicacionales, asegurando así un trabajo eficiente, eficaz e idóneo. Se pretende a través del desarrollo del manejo de la educomunicación llegar a niveles donde los estudiantes que asisten al salón de clase, tengan un mejor nivel crítico dejando a un lado el sistema tradicional. Es necesario creer que la información y la comunicación generan por sí mismas conocimientos, influyendo decisivamente en el aprendizaje que adquieren nuevas promociones estudiantiles. Por tal razón, elaboramos tres videos de carácter social (cuidado del agua, historia del colegio y Turismo de Vilcabamba), los cuales contribuirán en el aprendizaje de los estudiantes y servirá como recurso didáctico de trabajo para los docentes. Vale mencionar que es la primera vez que se desarrolla este tipo de propuestas en este colegio, por lo cual se medirá el grado de aceptación y se podrá tomar como ejemplo para las demás asignaturas de la malla curricular.

SUMMARY

The thesis entitled EFFECT OF ECONOMIC AND SOCIAL FACTORS IN THE IMPLEMENTATION OF ITS SIZE VIDEO TECHNICAL educational and communicative, EXPRESSIVE AND LEARNING AMONG COLLEGE STUDENTS NATIONAL JOINT VILCABAMBA, THE CHURCH OF THE CANTON OF THE SAME NAME AND PROVINCE OF THE YEAR LOJA ACADEMIC 2010-2011. - ALTERNATIVE PROPOSAL was carried out in order to contribute to the formation of the Joint National School pupils Vilcabamba, in the parish of the same name, the canton and province of Loja. The school to which we mention it was created by Ministerial Resolution 4105 in October 1971, is located in the parish of Vilcabamba, specifically in the north-east to 400 meters from the central park of the parish aforesaid. The purpose of this paper is to contribute to improving the standard of teaching and learning in that school, since it is one of the most recognized in the south-east. This research, analytical, interpretive and applied, allowed the conceptions assert exposed at work, using analytical methods, synthetic, deductive, inductive, interpretive, logical and pragmatic. Also used the techniques of survey applied to 100 students, 70 parents and 30 teachers of the establishment as well as interviews with teachers of the School of Communication at the National University of Loja, which yielded results to test the hypothesis, check goals and establish findings and recommendations contained herein. The proposal contains the developed communication strategies appropriate to the electronic media: television, which will enable sustainability and sustainability of the videos educacionales, ensuring efficient work, effective and appropriate. The aim through the development of management educommunication reach levels where students attending the classroom, have a better critical level apart from the traditional system. We must believe that information and communication generate knowledge themselves, decisively influencing the learning that students acquire new promotions. For this reason, we developed three videos of a social nature (water care, school history and Tourism of Vilcabamba), which will contribute to the learning of students and will work as a teaching resource for teachers. Worth mentioning that the first time that such proposals developed in this school, which is measured by the degree of acceptance and may be taken as an example to other subjects of the curriculum.

c. INTRODUCCIÓN

En los procesos de comunicación, la televisión, desde su aparición en la sociedad, se convirtió en la herramienta más importante para difundir mensajes que sean receptados con mayor facilidad por los televidentes.

La televisión podría ser muy útil en el proceso de enseñanza-aprendizaje, a través del uso de videos educomunicacionales en las aulas. El objetivo es dotar a las personas, en especial a los docentes de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad.

De igual forma, ofrece “los instrumentos para comprender la producción social de comunicación, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación”.¹

También se reflexiona sobre la falta de elementos que para el desarrollo de un pensamiento crítico existen en los diferentes niveles curriculares. Tanto los educadores de cualquier nivel, como el profesional de los medios son mediadores en el proceso de comunicación educativa,

¹<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/comunicacion%20audiovisual/matilla.pdf>: 3 de abril, 2011, 15:18.

pero las aceleradas transformaciones generadas desde finales de los años 90 han afectado directamente al trabajo de estos dos sectores. Entonces, la realidad ha hecho que la educación viva un problema permanente. A ello se suma la crisis de valores que afecta a la sociedad en general. Esta situación ha influido directamente en la autoestima de muchos profesionales de la educación.

A los profesores de todos los niveles educativos no universitarios, a menudo, se les ha responsabilizado socialmente de muchos de los males que aquejan a la sociedad. Al final resulta imposible que un profesional de la educación encare a tantos frentes abiertos.²

En el terreno de la comunicación, las enseñanzas sobre las técnicas se han puesto por delante de los procesos de comunicación y de la contextualización de los mismos. No se ha incluido en el currículo el fomento de un pensamiento crítico que utiliza las inmensas posibilidades didácticas de los medios de comunicación, manejando textos, imágenes, sonidos y sistemas de información para fomentar y robustecer en los estudiantes sus capacidades.

El colegio Nacional Mixto Vilcabamba no es ajeno a esta problemática revelada, en vista que son mínimas las horas clase

² http://www.uned.es/ntedu/asignatu/7_Agutin_G_Matilla11.html. 09 de abril 2011, 18:52

apoyadas con el recurso de videos educomunicacionales. Los maestros aún mantienen el tradicional sistema de enseñanza y dejan de lado los nuevos avances tecnológicos: los instrumentos audiovisuales. Éstos son de gran ayuda para impartir conocimientos, generar más la atención y a su vez, fomentar un ambiente más dinámico.

De allí que el trabajo de investigación “INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA”, pretende contribuir al mejoramiento académico de los alumnos. El objetivo es hacerlos partícipes de esta actividad educativa.

Ello se concreta luego de encontrar el problema ¿Cómo inciden los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja?

Para lograr lo propuesto se planteó como objetivo general “Conocer la incidencia de los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnicas, expresivas y

didácticas, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja”.

En ese sentido, se utilizaron diversos procedimientos metodológicos, pues es una investigación de carácter analítica, interpretativa y aplicada, desarrollada en la parroquia Vilcabamba, del cantón y provincia de Loja. Se emplearon los métodos analítico, sintético, deductivo, inductivo, interpretativo, lógico, bibliográfico y estadístico.

En el trabajo de campo se aplicaron técnicas como la encuesta, dirigida a 30 docentes, 70 padres de familia y a 100 alumnos, y la entrevista con tres expertos en producción de video, tres docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, psicóloga y trabajadora social del colegio. Los resultados fueron tabulados e interpretados, a fin de contrastar las hipótesis y verificar los objetivos planteados en el proyecto de investigación. Vale señalar que éstos se cumplieron adecuadamente.

La información alcanzada revela el interés de docentes, padres de familia y estudiantes para la realización de videos educomunicacionales que contribuyan al desarrollo integral del educando. Para ello se deben aplicar estrategias comunicacionales idóneas. Entonces, se planteó como propuesta alternativa la elaboración de videos educomunicacionales. La finalidad es coadyuvar al mejoramiento de la enseñanza-aprendizaje de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, en razón que el

video es uno de los recursos didácticos que adecuadamente empleado sirve para facilitar la transmisión de conocimientos. En el contenido se menciona las tácticas para su sostenibilidad y sustentabilidad.

Finalmente, se anexa el proyecto de investigación y los cuestionarios tanto de la entrevista como de la encuesta.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

En el proceso de investigación se revisó la bibliografía y/o literatura correspondiente al tema motivo de investigación y fueron consultados varios documentos como artículos de internet, libros de educomunicación, proyectos, revistas, entre otros. Todos relacionados con el proyecto.

➤ **Parroquia Vilcabamba.** Con la fundación de Loja se incentivan nuevos procesos en el sur-este y el sur-oriente lojano. Aquí entra la parroquia Vilcabamba. Fue fundada el 1 de septiembre de 1576. Lo hizo el español Luis Hernando de la Vega. La parroquialización se concretó el 29 de mayo de 1861, de acuerdo a la Ley de Convención Nacional.³

➤ **Colegio Nacional Mixto Vilcabamba.** El colegio al cual hacemos mención fue creado por la doctora Victoria Herrera, quien fue la propulsora de esta iniciativa nacida en los moradores de la parroquia Vilcabamba. En sus inicios, formó parte de una escuela Juan Rúa de Pizarro complementaria del barrio Yamburara, en los años 1969 y 1970 hasta que en 1971 adquiere la categoría de colegio particular por resolución Ministerial 4105, de octubre de 1971.⁴

³Guía Profesional de Loja (CETUR) III Edición, Editorial. Artes Gráficas Silva. Págs. 16-17/ Picoíta José, Presidente de la Junta Parroquial de Vilcabamba, archivo de 23 de abril de 2006.

⁴ Archivo de la biblioteca del Colegio Nacional Vilcabamba.

➤ **¿Qué son videos educomunicacionales?** No resulta fácil definir qué es el video educomunicacional, al menos, hacerlo de una forma clara y contundente. Lo cierto es que el video es uno de los medios didácticos que, adecuadamente empleado, sirve para facilitar a los profesores la transmisión de conocimientos y a los alumnos la asimilación de éstos.

Podemos definir un video educomunicacional como aquel que cumple un objetivo didáctico previamente formulado. Esta definición es tan abierta que cualquier video puede considerarse dentro de esta acepción.

M. Cebrián; (1987) distingue entre cuatro tipos de videos diferentes: “curriculares, de divulgación cultural, de carácter científico-técnico y videos para la educación”⁵. De divulgación cultural, cuyo objetivo es presentar a una audiencia dispersa aspectos relacionados con determinadas formas culturales; Curriculares, los que se adaptan expresamente a la programación de la asignatura; de carácter científico-técnico.se exponen contenidos relacionados con el avance de la ciencia y la tecnología o se explica el comportamiento de fenómenos de carácter físico, químico o biológico; y, videos para la educación, que son aquellos que, obedeciendo a una determinada intencionalidad didáctica, son

⁵ <http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/QueEsVid.pdf> (1 de abril de 2011, 18:15)

utilizados como recursos didácticos y que no han sido específicamente realizados con la idea de enseñar

➤ **Clasificación de los videos educomunicacionales:** Video documental: muestra de manera ordenada información sobre un tema concreto; video narrativo: tiene una trama de relato a través de la cual se van presentando la información relevante para los estudiantes; “lección mono conceptual: es de muy corta duración que se centra en presentar un concepto determinado, por ejemplo, un video sobre el concepto de la cadena alimenticia”⁶; lección temática: es el clásico video didáctico que presenta de manera sistemática y con una profundidad adecuada y gradual de un tema concreto; y, el video motivador, el cual pretende, ante todo, impactar, motivar e interesar a los espectadores.

➤ **El video como instrumento para aprender:** Los alumnos constantemente son receptores de mensajes audiovisuales, debido a su exposición frecuente a la televisión. Es una necesidad que los habitantes de la sociedad actual conozcan con mayor profundidad este medio de comunicación para ser receptores más críticos y conscientes de los mensajes implícitos que se transmiten a través del lenguaje audiovisual. “El video es, por tanto, objeto o materia de estudio. Es indicado para el análisis de mensajes audiovisuales”⁷.

⁶ MARQUES, P. (2003). “Los videos educativos: tipología, funciones, orientaciones para su uso”. URL: <http://dewey.uab.es/pmarques/videoori.htm>: 01 de abril 2011, 17:38

⁷ <http://web.usal.es/~anagv/arti4.htm>: 4 de abril, 2011, 16:15

La introducción de los medios de comunicación de masas en los colegios se justifica por la importancia cada vez mayor de dichos medios en la sociedad y por la consideración de esta presencia masiva como peligrosa. Si las personas desconocen su capacidad como elementos configuradores de las percepciones y de las ideas. Por esta razón, “es esencial la formación de una actitud crítica en relación a los medios de comunicación de masas y el desarrollo de la capacidad de los alumnos para expresarse con los diferentes medios”.⁸

➤ **Educación y Comunicación:** En nuestro tiempo conviven, por lo menos, dos modos de aprendizaje: la escuela y los medios de comunicación de masas. Por un lado, la enseñanza tradicional, la de la escritura y el libro, con sus asignaturas bien delimitadas, graduadas de un curso a otro y de un ciclo al siguiente. Y junto a ella, “alrededor, y de modo omnipresente, la "escuela paralela", la de los medios de comunicación, cuyas técnicas, presentación y contenidos, suelen ser radicalmente diferentes de los de la escuela, y que ejercen una influencia considerable en la inteligencia, la afectividad, la personalidad moral y las escalas de valores”.⁹

➤ **Periodismo como instrumento pedagógico.** Los medios informativos abren a los jóvenes las puertas del universo, les habitúan al

⁹<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=35>: 2 de abril, 2011, 18:32

conocimiento y a la reflexión sobre las cosas que pasan y constituyen un instrumento de difusión cultural que puede facilitar la acción formativa de la familia, los educadores y los animadores socioculturales.¹⁰

Como es de conocimiento los medios de comunicación se han convertido en un medio alternativo de aprendizaje, sobre todo para la juventud que le dedica bastante tiempo a la televisión. Por esta razón es importante estimular procesos para que los considerados perceptores puedan ahora ser tomados en cuenta como emisores.

➤ **Educomunicación, una tarea urgente.** El tema, expuesto en un conjunto de estudios de la Unesco (La educación en materia de comunicación) se ha planteado de este modo: la nueva sociedad de los medios de comunicación suministra un nuevo y diferente conjunto de vías de acceso a los contenidos globales del conocimiento. Este hecho plantea graves problemas a la educación, a la comunicación y a la propia ciencia. “Los escritores o periodistas, los autores de guiones, de dibujos animados, productores de anuncios y jefes de redacción, deberían asumir sus responsabilidades pedagógicas. Y, a su vez, los educadores habrían de cultivar el sentido crítico de quienes reciben la información transmitida por los medios de comunicación”¹¹.

¹⁰<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=35>: 2 de abril, 2011, 18:32

¹¹ . "La educación en materia de comunicación". Obra colectiva. Unesco. París, 1984. Pág. 13

Los medios informativos pueden presentar los últimos descubrimientos o hipótesis, mientras que los programas escolares y los libros de texto son más pobres en lo que se refiere a la actualidad y la anticipación. Los medios resultan más imaginativos y son capaces de establecer proyecciones basadas en temas que cautivan el interés de los niños y de los jóvenes. La enseñanza escolar puede, sin embargo, contribuir a una mejor comprensión de la información transmitida por los medios de comunicación y también a formar la capacidad de juicio crítico del alumno.

➤ **El profesor Ismar de Oliveira Soares; (1995)** realizó numerosas investigaciones sobre la relación educación-comunicación y creó un movimiento en torno a esta temática que tiene su epicentro en América Latina. En su Manifiesto, presentado en el IV Congreso Internacional de Pedagogía de la Imagen (La Coruña, julio, 1995), señala que "se trata de un proceso educativo promovido en nuestros países con más o menos ambiciones, a partir de concepciones del mundo, teorías sobre la comunicación y filosofías de la educación; fundamentalmente una utopía que se universaliza"¹², y que no consiste en otra cosa que motivar a las personas a que se descubran como productoras de cultura, a partir de la apropiación de los recursos de la información y de la comunicación social.

¹² <http://www.mediax.org.ve/?p=68>: 2 de abril, 2011, 19:19

Con esto se habla de una interacción de la comunicación con la educación. Este campo debe estar en permanente construcción e influenciado con el continuo proceso de cambio social e innovación.

➤ **El autor José Manuel Pérez Tornero (2007)**, señala que en la medida en que progresen estas tecnologías, vayamos directo hacia el wifi y los ordenadores más pequeños, se abaraten las tecnologías y se vuelvan más audiovisuales, “sin ninguna duda la gramática escolar antigua va a ser sustituida por una gramática de la cultura audiovisual, con un estilo diferente, con más nervio, con más sentido de la actualidad. El problema es qué generación de profesores asumirá esto”.¹³

Es aquí donde podemos entrar los comunicadores, mediante la tecnología podemos crear metodologías de apoyo y técnicas, y así crear una comunicación como un componente indispensable en todo proceso educativo e ir evolucionando a la educación.

Mediante los medios tecnológicos se debe crear un componente educativo, con una modalidad de interacción y

¹³ Revista del Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología. Argentina. Entrevista en la 3ra conferencia EAVI. Senado de Madrid, España 2007. Pag.1; (2 de abril, 2011, 19:03)

diálogo. Con esto se puede ejecutar respuestas creativas acorde a los paradigmas emergentes que se van presentando para formar un progreso y hacer de Loja un ejemplo de desarrollo en educomunicación.

➤ **Incidencia de factores económico y social.** La elaboración de videos educomunicacionales es un apoyo ante una realidad específica que el profesor necesita desarrollar. Los videos constituyen una herramienta persuasiva que permite absorber su atención y nutrir educativamente.

Sin embargo, el factor económico es un gran problema a la hora de realizar videos educomunicacionales, esto por los materiales y herramientas que se necesitan para la preproducción, producción y postproducción. Con esto se puede decir que con el sustento económico se adquirirán tecnologías para procesar y trabajar la información.

El factor social es otro obstáculo. Los maestros deben capacitarse en elaboración de videos educomunicacionales para poder enseñar a los alumnos. Otra alternativa es que el establecimiento debe contar con un profesional en la rama para que realice todo el proceso. La falta de presupuesto impide que

se trabaje bajo esta línea, aunque exista predisposición de docentes y estudiantes.

Todos los mensajes antes de ser transmitidos deben estar en concordancia con los requerimientos de los perceptores, donde se determine el enfoque, la formación, estructura y fondo que se le dará. Hay que tomar en cuenta el nivel de conocimiento del público objetivo, sea alto, medio o bajo. De acuerdo a estas aristas se deben construir los mensajes para que cumplan las expectativas.

Estos inconvenientes son visualizados en la educación ecuatoriana en general en la región Sur del Ecuador, no está al margen. Son los factores económicos y sociales los que no permiten mejorar el sistema.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo de investigación, de carácter analítico, descriptivo, explicativo, interpretativo y aplicado, fue desarrollado en el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del cantón y provincia de Loja. Los investigadores participaron activamente en todo el proceso, asistiendo directamente a las fuentes primarias de información, a fin de conocer la realidad, objeto de estudio.

En el trabajo se emplearon varios métodos y técnicas de recopilación, análisis e interpretación de la información, que permitieron una adecuada planificación y ordenamiento de todas las fases de la investigación. Es que el objetivo es contribuir con el proceso de enseñanza-aprendizaje en el colegio antes mencionado.

MÉTODOS

Para seleccionar el tema de estudio y diagnosticar la problemática, marco referencial y trabajo de campo, se utilizó el método analítico, que permitió profundizar respecto a la situación actual del problema, dando pautas para redactar las conclusiones y recomendaciones.

El método sintético fue la parte complementaria, pues, luego del análisis de la información recolectada tanto en el proyecto como en el

trabajo de campo, se pudo resumir la indagación, destacando las ideas principales.

El deductivo se visualizó en la problemática cuando se partió de las concepciones generales como la importancia de los videos educomunicacionales hasta el trabajo en equipo con los alumnos en la realización de los videos.

El mismo método se aplicó también en el marco referencial conceptual, determinando las definiciones, características, importancia, factibilidad del proceso de los videos educomunicacionales, entre otros, en diferentes tratados internacionales, proyectos que contemplan el trabajo con medios audiovisuales dentro de las aulas.

De igual forma, se identificó con este método la necesidad de que docentes y alumnos comprendan la importancia de trabajar con videos educomunicacionales, debido a que la imagen enseña más que las palabras, aparte de ser un instrumento de gran acogida por parte de la juventud.

Cabe señalar que el problema, objeto de estudio, se pudo analizar gracias al método inductivo, objetivos y problemas específicos. Del mismo modo, estuvo incluido en la elaboración de la propuesta con la

implementación de videos educomunicacionales entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del cantón y provincia de Loja.

El método interpretativo o cualitativo estuvo presente en todas las fases del trabajo investigativo, esencialmente en la justificación, hipótesis, problemática e interpretación de resultados. Mediante la información obtenida, sobretodo en el trabajo de campo, se consiguieron elementos de juicio propicios para elaborar la estrategia comunicacional audiovisual encaminada al desarrollo de videos educomunicacionales.

En diferentes incisos del trabajo estuvo el método lógico (causa-efecto): justificación, hipótesis, problematización, trabajo de campo, pero, principalmente en las conclusiones y recomendaciones. Eso contribuyó con la realización de la propuesta alternativa para el problema estudiado.

El método bibliográfico se aplicó en los marcos referenciales y en la revisión de literatura. Fueron indagados conceptos, a fin de contrastar el trabajo de investigación.

El método estadístico estuvo presente en el Marco Referencial Contextual dentro de la identificación del lugar donde se aplicó la tesis, número de alumnos y lo más importante si hay conocimiento de lo que

son los videos educomunicacionales. Se cuantificó a los docentes y alumnos del establecimiento y, de ellos, también se sumaron a los que desearon participar de este proyecto de investigación.

El mismo método sirvió para la tabulación de las encuestas y entrevistas aplicadas, y así, se realizó la interpretación cuantitativa de los principales resultados.

TÉCNICAS METODOLÓGICAS

Las técnicas proporcionaron las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica, por tanto, en este trabajo de investigación se utilizaron las técnicas del fichaje, la entrevista – guía de entrevista - y la encuesta–cuestionario.

INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS

Fichaje. Este instrumento permitió el procesamiento de la información como ubicación de la parroquia Vilcabamba, creación del colegio, total de estudiantes, qué son videos educomunicacionales, relación de la comunicación y la educación, comunicación como herramienta pedagógica, entre otros aspectos existentes en las páginas de la Internet y bibliotecas, al igual que la documentación (digital y/o

impresa) que fue entregada por el colegio, Distrito Municipal y la Junta Parroquial de Vilcabamba.

Con ello se determinó las principales características y beneficios de trabajar con videos educomunicacionales y también la propuesta alternativa que se enmarca en incrementar al pénsum de estudios para abordar las diversas temáticas con herramientas audiovisuales.

Encuesta. Esta técnica fue aplicada a tres grupos:

- a. **Docentes:** Se aplicó a 30 maestros de diferentes especialidades del colegio, tomando en cuenta que el universo a investigarse es de 41 docentes que laboran allí.
- b. **Padres de familia:** Se encuestó a 70 padres de familia en edades comprendidas entre 20 y 51 años, esto porque el universo a investigarse fue de 225 que tienen a sus hijos o representados estudiando en el establecimiento.
- c. **Estudiantes:** Finalmente, se aplicó a 100 alumnos, de 12 a 20 años que estudian en el colegio. El universo investigado fue de 657 educandos de la sección matutina y nocturna del periodo académico 2010-2011.

Todos los datos estadísticos fueron proporcionados por la secretaria del establecimiento, la doctora Alexandra Minga.

Fueron elaboradas seis interrogantes para cada grupo de encuestados como resultado de las variables e indicadores de las hipótesis específicas del proyecto de investigación. Los resultados permitieron interpretar la opinión de estos grupos, es decir, averiguar sus conocimientos acerca de lo que significan los videos educomunicacionales, conocer si los docentes han trabajado en sus horas clase con estas técnicas y saber si estarían de acuerdo tanto padres de familia, docentes y estudiantes en que se incrementen, en el pénsum de estudio, clases audiovisuales con temáticas de índole social. De esta manera, se contrastaron las tres hipótesis específicas.

Entrevista.- La información fue recabada vía nueve entrevistas. Los cuestionarios fueron dirigidos a:

- ❖ Docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja: Fueron aplicada a licenciado Jorge Reyes, David Neira y Diego Robles.
- ❖ Expertos en videos educomunicacionales: Fueron aplicadas al doctor Milton Andrade Tapia, doctor Jorge Barnuevo Romero y licenciado Wilmer Espinoza.
- ❖ Psicóloga del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, doctora Carmen Salcedo.

- ❖ Trabajadora Social del mismo colegio, licenciada Dina Barriga.

El objeto fue conocer su perspectiva frente al desarrollo de videos educomunicacionales entre los estudiantes del colegio y el aporte que da la comunicación social como herramienta didáctica para mejorar la comprensión en los estudiantes frente a las diferentes temáticas que los docentes imparten.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para realizar la encuestase tomaron como base los datos estadísticos otorgados por la secretaría del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

Esto como resultado de la siguiente operación: {n= muestra, N=Universo, &=margen de error}.

$$n = \frac{N}{1 + (\&)^2 (N)}$$

GRUPOS	
DOCENTES	30
PADRES DE FAMILIA	70
ESTUDIANTES	100
TOTAL	200

Población

Se aplicaron encuestas como resultado de las siguientes operaciones a los diferentes grupos:

A 30 docentes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba:

$$n = \frac{N}{1 + (\frac{e}{2})^2 (N)}$$
$$n = \frac{41}{1 + (0.1)^2 (41)} = \frac{41}{1 + 0.01 (41)} = \frac{41}{1 + 0.41} = 29.08 = 30$$

70 padres de familia:

$$n = \frac{N}{1 + (\frac{e}{2})^2 (N)}$$
$$n = \frac{225}{1 + (0.1)^2 (225)} = \frac{225}{1 + 0.01 (225)} = \frac{225}{1 + 2.25} = 69.23 = 70$$

100 estudiantes:

$$n = \frac{N}{1 + (\frac{e}{2})^2 (N)}$$
$$n = \frac{657}{1 + (1)^2 (657)} = \frac{657}{1 + 1 (657)} = \frac{657}{1 + 657} = 99 = 100$$

f. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADO DE ENCUESTAS

Luego de haber aplicado las encuestas, dirigida a tres grupos de personas, con el objeto de conocer las perspectivas frente al uso de videos educomunicacionales en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se procedió a analizar las respuestas del respectivo cuestionario elaborado y presentado. El proceso permitió tener una visión más amplia sobre el tema de estudio. Así:

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A DOCENTES

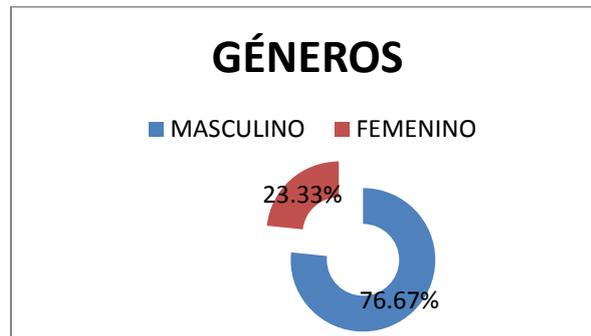
Perfil de la muestra:

La muestra investigada comprende a docentes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de todas las especialidades. A continuación se presenta los cuadros que indican los valores obtenidos en el trabajo de campo:

Cuadro # 1: Género

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	23	76.67
FEMENINO	7	23.33
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo.



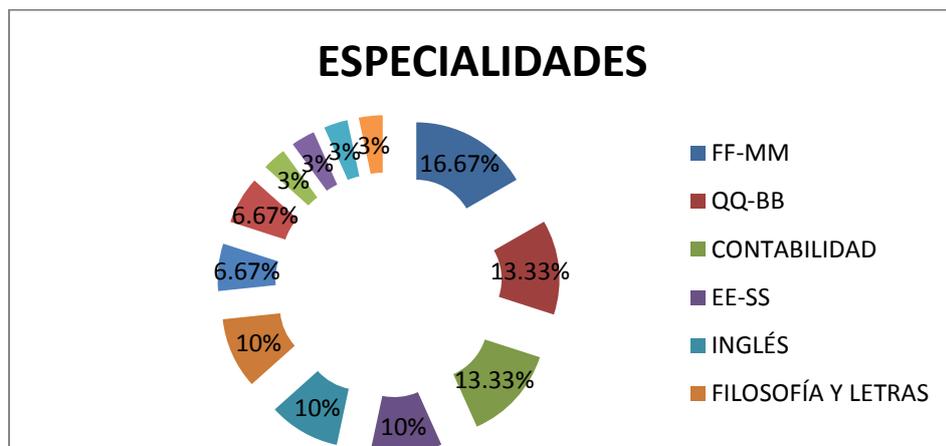
Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

Cuadro # 2: Especialidad de la docencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FF-MM	5	16.67
QQ-BB	4	13.33
CONTABILIDAD	4	13.33
EE-SS	3	10.00
INGLÉS	3	10.00
FILOSOFÍA Y LETRAS	3	10.00
LAB. DE FF-MM	2	6.67
EE-FF	2	6.67
MÚSICA	1	3.33
ESTÉTICA	1	3.33
GEOGRAFÍA	1	3.33
PSICÓLOGA	1	3.33
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo.



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

PREGUNTA UNO

¿Ha utilizado en el salón de clases videos educomunicacionales realizados en la Parroquia Vilcabamba?

Cuadro # 3: Ha utilizado videos educomunicacionales elaborados en Vilcabamba

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	4	13.33
NO	26	86.67
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo.



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

En esta interrogante, se puede determinar que 26 personas que corresponde al 86.67% del universo encuestado, afirma no haber utilizado

videos educomunicacionales realizados en la Parroquia de Vilcabamba en sus horas clase, mientras un 13.33%, referente a 4 docentes asegura haber usado esta metodología de estudio.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los docentes en su mayoría sostienen que no han utilizado videos educomunicacionales en las horas clase. Las técnicas que manejan en ocasiones para enseñar son las tradicionales, incluyen exposiciones, mesas redondas e investigación. El alumno profundiza el contenido mediante la ayuda de la web o en los libros de la biblioteca.

Los maestros no se han preocupado en buscar alternativas de estudio como la televisión, que es un medio que capta la atención de los estudiantes y los hace más interactivos en la clase.

Son pocos profesores que afirman haber trabajado con este tipo de videos, pero con temáticas de educación sexual, conferidos en el Departamento de Orientación Vocacional de la institución, dándoles buenos resultados. Pero, dicha proyección ha sido cuando se han presentado contrariedades en los paralelos y consideran “oportuno” hacer reflexionar a los educandos.

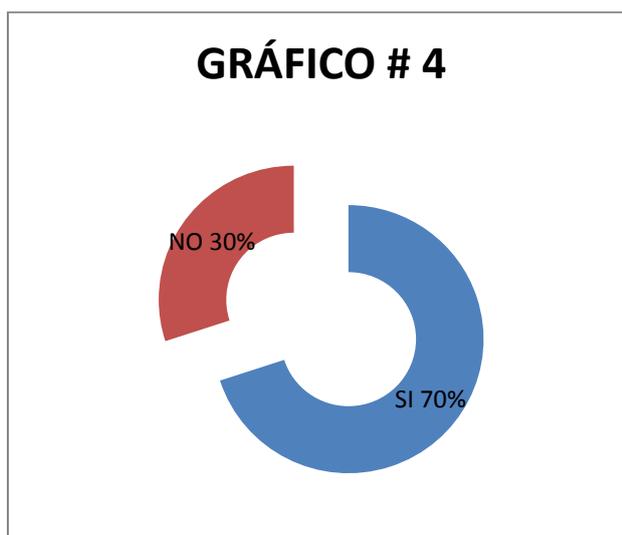
PREGUNTA DOS

¿Sabe usted lo que es el video educomunicacional?

Cuadro # 4: Conoce que es video educomunicacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	70
NO	9	30
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de informantes se puede determinar que aproximadamente el 70% equivalente a 21 docentes del universo encuestado conoce sobre los videos educomunicacionales y para qué

sirven. Un porcentaje del 30%, que son 9 maestros, por su parte manifiesta no estar al tanto del significado, ni cómo se puede utilizar.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Esta interrogante revela la realidad de nuestro país, puesto que, estamos en el siglo XXI y hay docentes que ni si quiera conocen los avances tecnológicos como la utilización de los videos educomunicacionales y cómo puede ayudar en la exposición de la materia que se encuentran dentro de la malla curricular.

Con esta herramienta audio visual se despierta en los alumnos nuevas curiosidades de conocimientos y los incita a buscar alternativas de aprendizaje autodidactas.

Los que conocen sobre el tema explican de qué se trata, pero no se han preocupado en utilizar en sus horas clase, aunque consideran importante proyectar videos a sus alumnos por ser una herramienta de trabajo importante, al ser la imagen aliada para el discernimiento de información de cualquier temática, considerando el papel significativo que cumplen los medios de comunicación en la educación.

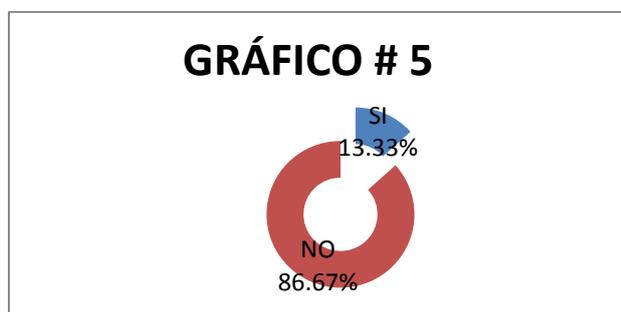
PREGUNTA TRES

¿Conoce si alguna persona (s) realiza (n) videos
educacionales en la Parroquia Vilcabamba?

**Cuadro # 5: Han realizado videos educacionales en
Vilcabamba**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	13.33
NO	26	86.67
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de la muestra investigada, el 13.33% que hace referencia a 4 educadores del universo investigado, dice conocer a personas que han elaborado videos educacionales dentro de la parroquia, mientras 26 interrogados, correspondiente al 86.67%, afirman no haber visto un video producido por vilcabambenses.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En la parroquia Vilcabamba no existen productoras o personas que realicen videos educativos o turísticos. Las imágenes turísticas que se observan incluso en las redes sociales han sido realizadas por televisoras nacionales o por extranjeros que cuentan sus experiencias en su paso por el valle de la longevidad.

La mayoría de los docentes concuerdan que Vilcabamba está privada en este particular. En el caso de los maestros que han visto las pocas publicaciones comentan que no son muy profundos, por lo cual no llegan a cumplir las expectativas. Además los videos que están en el departamento de Orientación Vocacional son solo de educación sexual, por esto es necesario buscar alternativas de enseñanza para los estudiantes y que mejor con productos propios de los alumnos.

Se suma a esto que en el Colegio no existe presupuesto para solventar los gastos, sumado al desconocimiento de cómo elaborar los videos educativos. Es importante que este colegio empiece a crecer y dar un ejemplo a la sociedad, creando estudiantes con nuevas perspectivas y visiones, que coadyuve al desarrollo del pueblo. Además puede convertirse en un estímulo para que vayan incentivándose en incursionar por este mundo digital y crear nuevos espacios de trabajo.

PREGUNTA CUATRO

¿Le gustaría participar en la realización de videos educomunicacionales, en la Parroquia Vilcabamba?

Cuadro # 6: Participaría en la elaboración de videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	93.33
NO	2	6.67
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los 30 docentes encuestados, al 93.33% que hace referencia a 28 personas del universo encuestados les gustaría participar en la elaboración de videos educomunicacionales, mientras un 6.67% equivalente a 2 maestros prefieren mantenerse al margen, debido a que no cuentan con experiencia en este ámbito.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Las expectativas de los docentes por esta herramienta de trabajo son importantes, ven en este nuevo método una forma de mejorar el nivel de aprendizaje en los estudiantes. Reconocen también la necesidad de realizar talleres con temas sobre la elaboración de videos, porque no cuentan con experiencia en este campo.

Los encuestados ven en los videos una forma de salir de la rutina, por lo que les gustaría ser parte del rodaje, aunque no como protagonistas porque consideran que no es su fuerte y se complicarían.

A los docentes que no les gustaría formar parte de la producción, sostienen que podrían ayudar con temáticas e incentivando a sus alumnos a ser parte de esta experiencia. Además consideran viable que la producción de los videos sea con la presencia de alumnos y docentes del establecimiento, porque este producto permitirá ser un medio de apoyo y de incentivo para las nuevas generaciones.

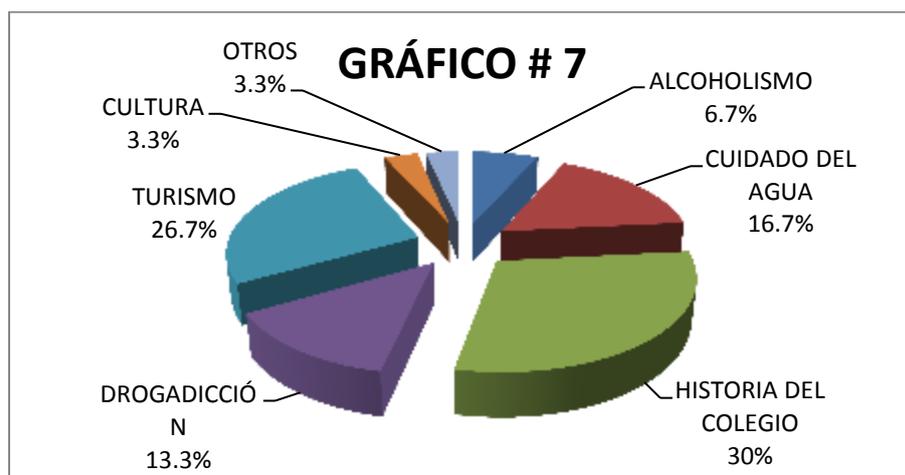
PREGUNTA CINCO

¿Qué temas deberían ser abordados para los videos educomunicacionales? Seleccione uno:

Cuadro # 7: Temas para la elaboración de los videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURISMO	2	26.70
CUIDADO DEL AGUA	5	16.70
HISTORIA DEL COLEGIO	9	30.00
DROGADICCIÓN	4	13.30
ALCOHOLISMO	8	6.70
CULTURA	1	3.30
OTROS	1	3.30
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la totalidad de la muestra, el tema con mayor porcentaje es la historia del colegio con 30% de acogida que corresponde a 9 personas del universo encuestado, seguido por Turismo con 26.7% referente a 8 individuos; sobre el cuidado del agua con el 16.7% son 5 docentes que les gustaría esta temática, mientras que drogadicción con el 13.3%, 4 encuestados; alcoholismo con 6.7%; 2 entes y, finalmente, cultura y otros con un 3.33% es decir 1 individuo.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los resultados muestran a una mayoría de docentes partidaria de realizar un video sobre la creación del establecimiento educativo, ello en razón que no hay documentos de su creación. Si bien algunos docentes conocen parte de la historia, pero no la han plasmado en un escrito que pueda permanecer en la biblioteca o el rectorado.

Plasmar videos sobre turismo es otro tema que interesa a los docentes. Aunque existen reportajes de este tipo son creados por extranjeros o televisoras nacionales, por lo cual no está por demás realizar videos educativos enfocados al turismo. Además esta parroquia

es un lugar reconocido por personas de todo el mundo y por ello su publicidad es muy importante.

Los docentes también consideran necesario elaborar videos sobre el cuidado del agua. Sostienen haber tratado de concienciar a los alumnos para no hacer un gasto innecesario del líquido vital como al momento de lavarse las manos, bañarse, lavar los vehículos y jugar con este recurso que se debe cuidar.

La drogadicción es otro de los problemas a precautelar en la juventud para evitar la inclinación a usar sustancias sicotrópicas, mostrando los problemas que origina a un consumidor y cómo afecta al organismo. A criterio de un significativo número de profesores, es necesario también elaborar videos de este tipo.

La drogadicción es un tema que les merece apoyo porque han realizado charlas con los estudiantes pero consideran oportuno reforzar con videos. Finalmente, están los temas de cultura y otros, pero en menor grado de aceptación.

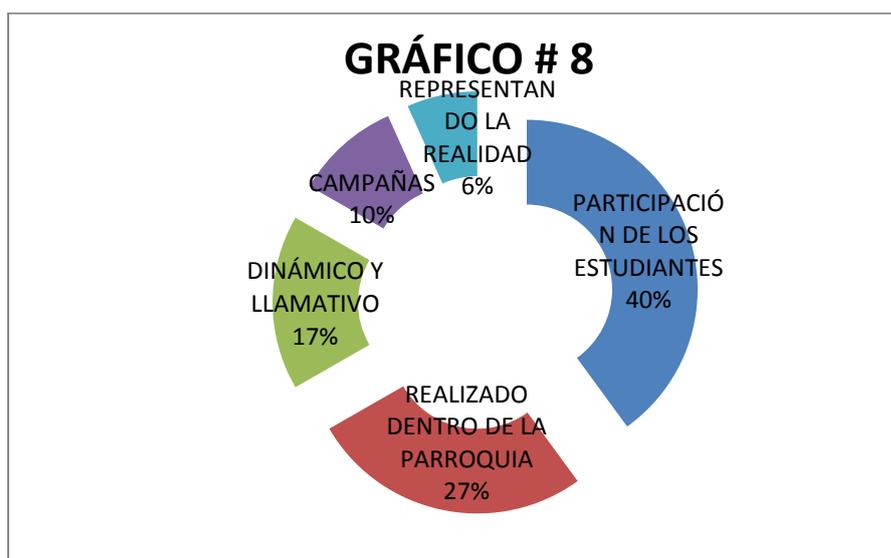
PREGUNTA SEIS

¿Cómo debería ser hecho el video educomunicacional?

Cuadro # 8: Cómo se realizarán los videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES	12	40.00
REALIZADO DENTRO DE LA PARROQUIA	8	26.66
DINÁMICO Y LLAMATIVO	5	16.67
TIPO CAMPAÑAS	3	10.00
REPRESENTANDO LA REALIDAD	2	6.67
TOTAL	30	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Los encuestados, en un 40%, equivalente a 12 docentes considera que los videos deben ser realizados con la participación de los estudiantes del establecimiento. Un 26.66% que son 8 individuos determinan que el escenario debe ser la parroquia Vilcabamba; en tanto un 16.67% referente a 5 de los docentes encuestados considera que los videos educomunicacionales deben ser dinámicos y por, tanto, llamativos. Un 10% equivalente a 3 personas señala la viabilidad de acudir a campañas; y, finalmente a un 6.67%, correspondiente a 2 personas le gustaría que se plasme la realidad de los problemas.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La importancia de elaborar videos educomunicacionales es una constante en las respuestas de los docentes, pero lo consideran bajo un escenario donde los estudiantes sean los protagonistas. Obviamente dándoles las debidas directrices para que no haya problemas en la parte de la actuación, porque los alumnos no han desarrollado nunca ese tipo de actividades.

Consideran oportuno los encuestados que se den talleres a los participantes para inmiscuirlos en este ámbito. El fin es lograr una participación adecuada y que plasme las expectativas.

Es importante recalcar que al ser videos enfocados a los jóvenes del centro educativo, el escenario debe ser la parroquia y las instalaciones del plantel, a esto se suma el tratamiento adecuado, llamativo y dinámico, porque el objetivo es lograr captar la atención de los alumnos.

RESULTADOS DE ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA

Perfil de la muestra:

La muestra investigada involucra a padres de familia en edades comprendidas entre 20 y 60 años con hijos o representados que estudian en el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

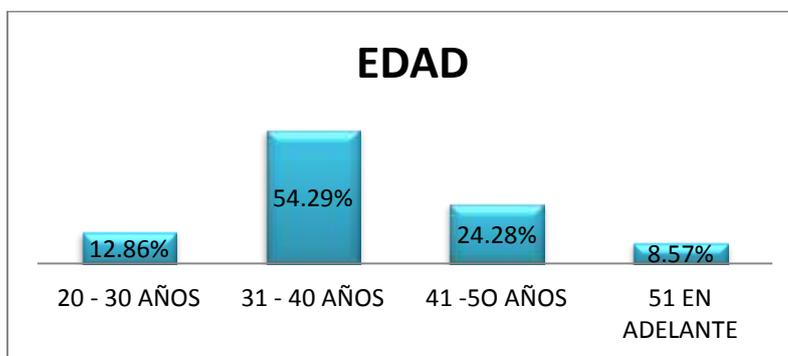
A continuación los cuadros que indican los valores:

Cuadro # 1: Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 - 30 AÑOS	9	12.86
31 - 40 AÑOS	38	54.29
41 -50 AÑOS	17	24.28
51 EN ADELANTE	6	8.57
TOTAL	70	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

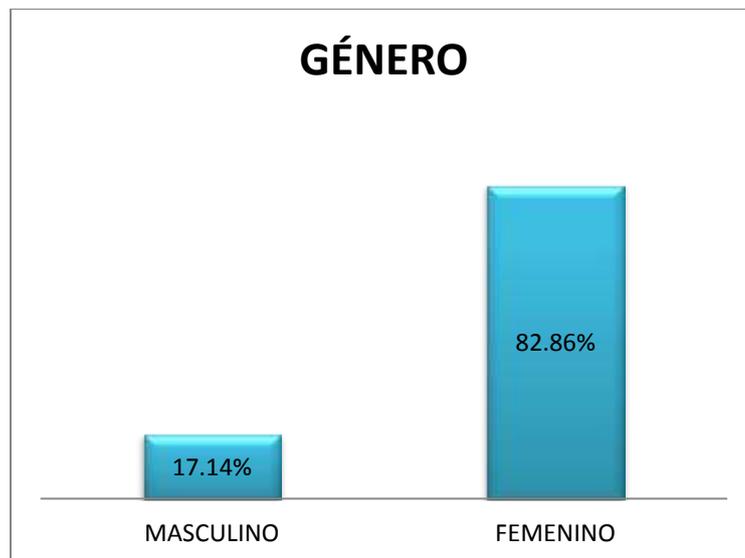


Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

Cuadro # 2: Género

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	12	17.14
FEMENINO	58	82.86
TOTAL	70	100

Fuente: Docentes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

PREGUNTA UNO

¿Sus hijos y/o representados han usado en el salón de clase video realizados en la Parroquia Vilcabamba?

**Cuadro # 3: Conoce si sus hijos han utilizado videos
educacionales en clase**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	15.72
NO	59	84.28
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de encuestados, se determina que el 15.72%, correspondiente a 11 padres de familia del universo encuestado, afirma conocer que sus hijos o representados han recibido clases con videos educacionales; mientras que el 84.28% que hace referencia a 59

personas asegura no tener conocimiento si han utilizado ese tipo de herramientas de estudio.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Sin lugar a dudas la mayoría de los padres de familia no conocen o han escuchado que sus representados en las horas clase hayan recibido algún tipo de proyección de video que coadyuve a su formación. Sostienen que los maestros aún conservan la forma tradicional de enseñanza.

Es necesario según los encuestados buscar cambios constructivos, valiéndose de la tecnología para acaparar la atención de los educandos. Apunta este grupo de encuestados al desarrollo y cambio de la forma tradicional de enseñar, en virtud que ya es hora que los maestros innoven e incentiven la educación integral de los alumnos mediante tecnología.

Los pocos encuestados manifiestan que sus hijos sí han recibido clases con el uso de video. Dichas proyecciones a lo mucho han sido presentadas una vez por año y son videos subidos en el internet, filmados por extranjeros y en otros casos por medios nacionales.

PREGUNTA DOS

¿Conoce qué es un video educomunicacional?

Cuadro # 4: Sabe que es un video educomunicacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	8.57
NO	64	91.43
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de informantes se determina que más de un 90% que corresponde a 64 padres de familia del universo encuestado no conoce sobre los videos educomunicacionales y un 8.57% equivalente a 6 personas comenta conocer su significado y para qué sirve.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Es casi uniforme la contestación de los padres de familia al indicar qué no saben el significado de video educomunicacional. Dicen además no haber escuchado la palabra educomunicación, aunque saben lo que es un video.

Son pocos padres de familia quienes sostienen conocer sobre el tema, pero de una manera superficial. Existe una confusión entre ellos y no pueden dar una correcta explicación de los parangones y avances de los videos educomunicacionales.

Además no indican la función e importancia de utilizar estos medios, convirtiéndose en una herramienta para que los docentes puedan impartir sus conocimientos, desarrollar la criticidad y emprender en nuevos retos educativos.

PREGUNTA TRES

¿Sabe si alguna persona(s) realiza(n) videos educomunicacionales en la parroquia Vilcabamba?

Cuadro n^{ro}. 5: Han realizado videos educomunicacionales en Vilcabamba

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	2.85
NO	68	97.15
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de la muestra investigada, el 2.85% que hace referencia a 2 personas del universo encuestado manifiesta conocer a personas dedicadas a realizar videos educomunicacionales dentro de la parroquia Vilcabamba, sin embargo, la mayoría de interrogados 97.15%,

equivalente a 68 padres de familia afirma no saber si hay personas dedicadas a elaborar dichos videos.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Un gran porcentaje de padres de familia estima que no hay videos educomunicacionales realizados dentro de la parroquia, ni conoce a personas dedicadas a producirlos. Concuerta haber visto este tipo de videos en pocas ocasiones, pero no un video de Vilcabamba hecho por los moradores de la parroquia. Las imágenes observadas son de programas turísticos desarrollados por extranjeros o canales nacionales.

Los padres de familia que aseguran haber observado videos educativos realizados en la parroquia, indicaron ser los de carácter publicitario proyectados en algunos medios nacionales y locales, los cuales no obedecen a la intencionalidad de un video educomunicacional.

En esta parroquia no existen productoras o personas dedicadas a este tipo de actividades, además no se han creado talleres para enseñarles a los docentes cómo pueden valerse de los medios audiovisuales para desarrollar las clases.

PREGUNTA CUATRO

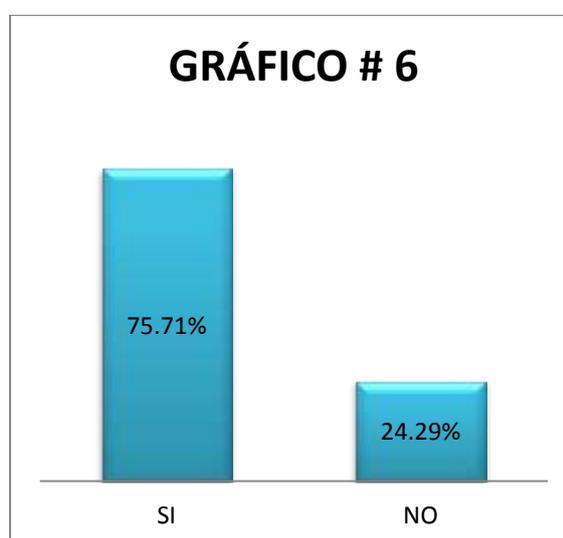
¿Le gustaría participar (directa o indirectamente) en la realización de videos educomunicacionales de la parroquia Vilcabamba?

Cuadro n^{ro}. 6: Participaría en la elaboración de videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	75.71
NO	17	24.29
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los 70 padres de familia encuestados, al 75.71% que hace referencia a 53 personas del universo encuestado le gustaría participar en la elaboración de videos educomunicacionales, mientras un 24.29%, es decir 17 entes no les agradaría ser parte de esto. Todo tiene que ver con la falta de experiencia y desconocimiento de esta actividad.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Es importante la expectativa y el interés de los padres y madres de familia en participar en la elaboración de videos educomunicacionales. El problema se radica en la falta de tiempo y la lejanía de sus hogares, aparte que la mayoría son amas de casa y deben cumplir con funciones del hogar.

El aporte se enfoca en permitir a sus hijos para que participen de la elaboración de los videos, pero siempre y cuando les den talleres relacionados con la actuación y se enfoque en el desarrollo de la educación.

Fueron pocos padres de familia que expresaron su desacuerdo en formar parte de la elaboración de los videos. Este tipo de actividad no les

parece bien porque consideran que deben hacerlo personas conocedoras del tema y así se sea más atractivo para los alumnos.

PREGUNTA CINCO

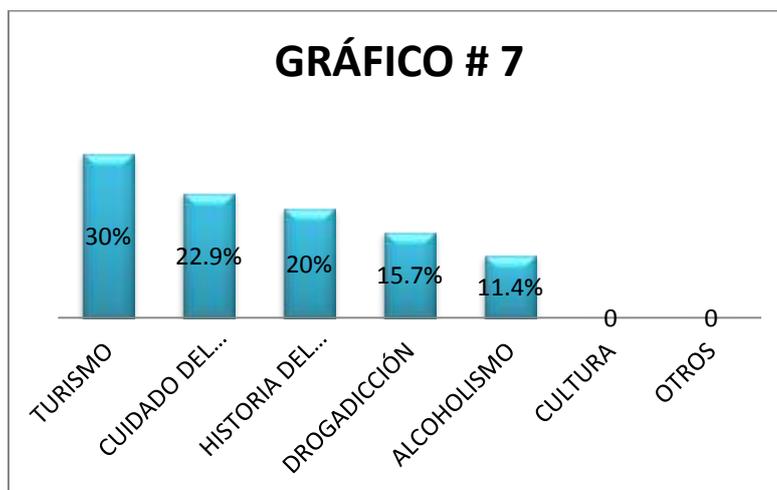
¿Qué temas deberían ser abordados para producir los videos educativos? Seleccione uno:

Cuadro n^o. 7: Temas para la elaboración de los videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	%
TURISMO	21	30
CUIDADO DEL AGUA	16	22.9
HISTORIA DEL COLEGIO	14	20
DROGADICCIÓN	11	15.7
ALCOHOLISMO	8	11.40
CULTURA	0	0
OTROS	0	0
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la totalidad de la muestra, se deduce que los padres de familia se inclinan por algunos de los temas expuestos. A continuación viene el detalle en una escala de mayor a menor: Turismo con un 30% con referencia de 21 encuestados, seguido por el cuidado del agua con un 22.9% que corresponde a 16 padres de familia, historia del colegio con el 20% equivalente a 14 personas, drogadicción con un 15.7%, 11 entes, alcoholismo con 11.4% equivalente a 8 individuos, y finalmente, cultura y otros con un 0%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los resultados de esta pregunta revelan que la mayoría de padres y madres de familia comparte la idea de elaborar un video turístico de

Vilcabamba. Ello en razón que es el principal ingreso económico de los habitantes de la parroquia y porque servirá de referente de lo que los estudiantes pueden hacer.

Realizar videos sobre el cuidado del agua es otro tema pedido por los padres, esto porque los jóvenes gastan innecesariamente el líquido vital, sin tomar en cuenta que la parroquia Vilcabamba es famosa por tener agua rica en minerales favorables al sistema inmunológico. De igual forma, los padres de familia consideran necesario elaborar videos sobre la historia del colegio, por no existir ningún tipo de documento que detalle cómo fue fundado.

En temas como la drogadicción y el alcoholismo concuerdan que son problemas latentes, sin embargo, consideran pertinente desarrollar aspectos interesantes para llamar la atención de sus hijos. No descartan la opción de ser tratados pero con profesionales para desarrollar un mayor interés de los alumnos. Finalmente, los padres de familia no se decidieron por los temas de cultura y otros.

PREGUNTA SEIS

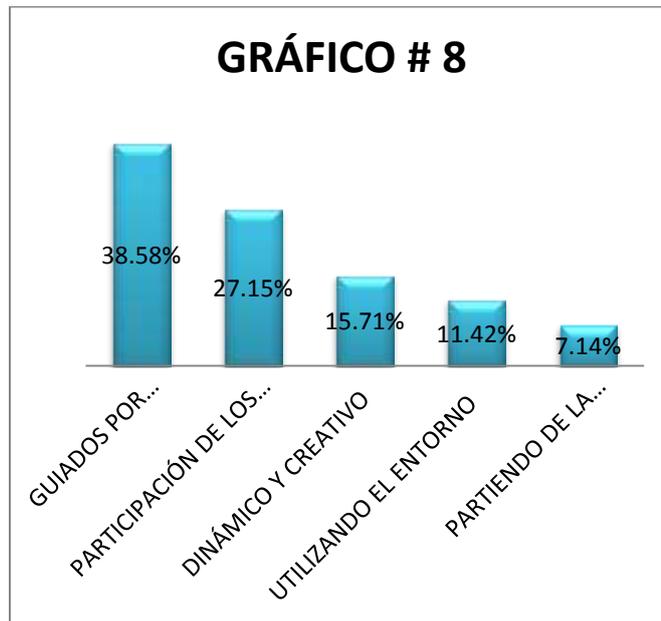
¿Según su criterio cómo debería ser hecho el video
eduducacional?

**Cuadro n^o. 8: Como se realizarán los videos
eduducacionales**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GUIADOS POR PROFESIONALES	27	38.58
PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES	19	27.15
DINÁMICO Y CREATIVO	11	15.71
UTILIZANDO EL ENTORNO	8	11.42
PARTIENDO DE LA REALIDAD QUE SE VIVE	5	7.14
TOTAL	70	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 38.58% correspondiente a 27 personas del universo encuestado considera a los videos que deben ser guiados por profesionales en el tema; un 27.15% equivalente a 19 padres de familia cree necesario la participación de los estudiantes; en tanto un 15.71% afín a 11 entes piensa en videos dinámicos y creativos. 11.42%, referente a 8 individuos opina que Vilcabamba debe ser utilizada como escenario, y, finalmente el 7.14% correspondiente a 5 encuestados sugiere realizar una historia de la vida real.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los padres de familia se sienten atraídos por el proyecto educomunicacional, mediante el cual sus hijos podrían formar parte de las diferentes temáticas, ayudando a sus compañeros a comprender de una forma diferente los problemas sociales que enfrenta actualmente la sociedad.

Estiman significativa la presencia de profesionales en el ámbito de actuación y producción de video para que guíen a los jóvenes y sea un producto que llene las expectativas de los estudiantes.

El dinamismo y la creatividad son primordiales para acaparar la atención de los alumnos, además consideran necesario para los rodajes utilizar los diferentes lugares de la parroquia y del establecimiento y así dejar un legado a los estudiantes de esta institución.

Todos estos referentes permiten formar una idea de cómo se va elaborar la propuesta de esta investigación. Además ayuda a determinar cuáles son los parámetros que se va determinar para conseguir acaparar la atención de los jóvenes.

RESULTADO DE ENCUESTA A ESTUDIANTES

Perfil de la muestra:

La muestra investigada comprende, en su mayoría, a estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de entre 12 y 20 años de edad.

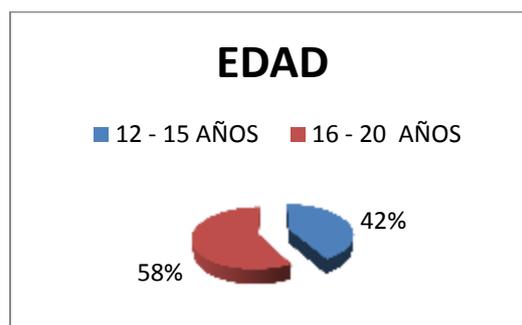
A continuación, los cuadros que indican los valores:

Cuadro # 1: Edad:

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12 - 15 AÑOS	42	42
16 - 20 AÑOS	58	58
TOTAL	100	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



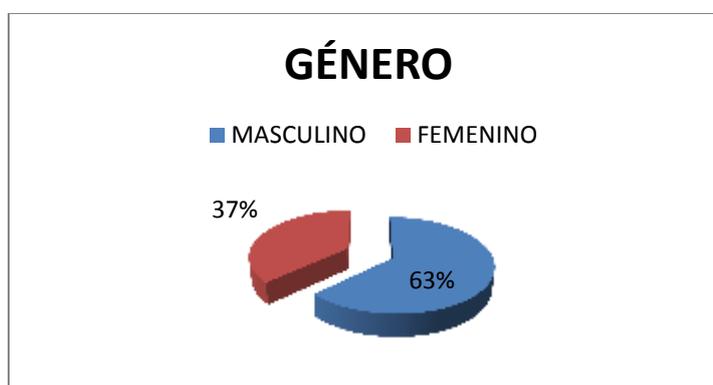
Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

CUADRO # 2: GÉNERO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	63	63
FEMENINO	37	37
TOTAL	100	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

CUADRO # 3: AÑO DE ESTUDIO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8vo de Básica	5	5
9no de Básica	24	24
10mo de Básica	11	11
1ro de Bachillerato	19	19
2do de Bachillerato	10	10
3ro de Bachillerato	31	31
TOTAL	100	100

Fuente: Padres de familia

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

PREGUNTA UNO

¿En las clases que vienen impartiendo los docentes, han usado como didáctica videos educomunicacionales desarrollados en la Parroquia Vilcabamba?

Cuadro # 4: Han utilizado los docentes en las clases videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	11
NO	89	89
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de encuestas, el 11%, correspondiente a 11 estudiantes, afirma que los docentes les impartieron clases utilizando videos educacionales, mientras el 89% referente a 89 personas asegura que no han usado este material.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de los alumnos concuerda en los cambios experimentados en el sistema educativo nacional con la vigencia de las nuevas leyes, sin embargo, afirman que los docentes mantienen la misma metodología de enseñanza, sin variedad de temas de índole social, incluso hay ocasiones que las horas de clase se tornan demasiado aburridas.

Es importante para estos jóvenes trabajar con nuevas alternativas de educación con lo cual despertará su interés y va conllevar a formar entes más críticos y reflexivos. Además aportará para que haya más interactividad entre los docentes y sus alumnos.

Los pocos alumnos que sostienen haber recibido clases con videos educomunicacionales, no recuerdan, ni saben explicar otros temas que no sean videos de educación sexual proyectados por el Departamento de Orientación Vocacional de la institución, adquiridos en una tienda de películas.

PREGUNTA DOS

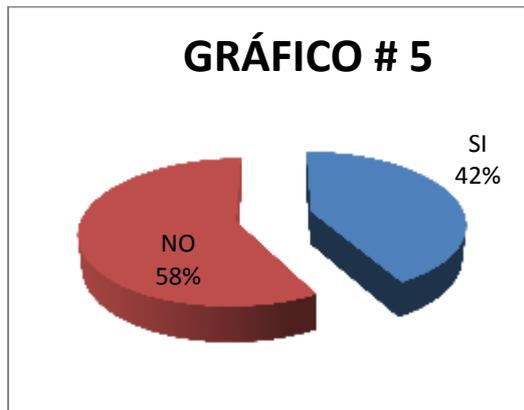
¿Sabes lo que es el video educomunicacional?

Cuadro # 5: Conoces que es video educomunicacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	42
NO	58	58
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de informantes, aproximadamente un 58% referente a 58 alumnos del universo encuestado, afirman no conocer qué es un video educomunicacional, mientras el 42% equivalente a 42 jóvenes expresan conocer el significado e incluso para qué sirve.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Un considerable porcentaje de estudiantes recalca no saber con exactitud acerca de los videos educomunicacionales: cuáles son sus objetivos o para qué sirven y cómo ayudarían a mejorar su aprendizaje. Tienen idea de lo que se trata un video, más no cuales son las características de la educomunicación.

Los educandos que dicen lo contrario, pues dan una explicación a breves rasgos del significado, ni cuáles son los beneficios al trabajar con este método en las aulas. Pero tienen preferencia por este tipo de videos, porque consideran que la imagen es captada con mayor facilidad y así no se tornan cansadas las actividades académicas.

Es importante recalcar que los encuestados sienten la necesidad de trabajar con este tipo de herramientas para tener nuevas pautas y motivar al desarrollo e interactividad con los docentes.

PREGUNTA TRES

¿Conoces si alguna persona(s) realiza(n) videos educomunicacionales en la parroquia de Vilcabamba?

Cuadro # 6: Han realizado videos educomunicacionales en Vilcabamba

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	9
NO	91	91
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del total de la muestra investigada, el 91% correspondiente a 91 alumnos del universo encuestado quienes manifiestan no conocer personas que hayan realizado videos educomunicacionales en Vilcabamba, en tanto una mínima cantidad sostienen que sí hay videos de este tipo. Los ejemplos son de las películas turísticas producidas sobre Vilcabamba.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de los alumnos interrogados concuerdan que no hay aporte de la institución, moradores o autoridades de la parroquia para desarrollar este tipo de videos educomunicacionales. Los únicos que han observado son sobre el turismo pero que han sido elaborados por los extranjeros.

El menor porcentaje de estudiantes señalan haber visto estos videos, destacan de igual forma, a los de carácter turístico, aunque confiesan que la mayoría de las veces no llegan a la institución educativa para su proyección.

De los videos turísticos mencionados, concuerdan en que no habido una socialización por parte de los docentes y alumnos para determinar los puntos de vista y sacar un concepto general.

PREGUNTA CUATRO

¿Te gustaría participar en la elaboración de videos educomunicacionales en la Parroquia Vilcabamba?

Cuadro # 7: Participaría en la elaboración de videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	68
NO	32	32
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los 100 estudiantes encuestados, al 68% le gustaría participar en la elaboración de videos educomunicacionales, mientras que a un 32% de alumnos no. Justifica aquello en que no tienen experiencia en esta actividad.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En las respuestas a la interrogante planteada, más de la mitad de los estudiantes asevera mantener un interés por participar activamente en la elaboración de videos educomunicacionales, siempre y cuando se les brinde charlas de desenvolvimiento escénico.

Consideran al aporte que ofrece en la actualidad los medios de comunicación como una herramienta de educación de ayuda en la formación. Con esto sienten que sería bueno explotar al máximo la

tecnología y así poder desarrollar clases más dinámicas y con proyección a desarrollo.

Este establecimiento sur-oriental puede fomentar el interés de los demás colegios, y así empezar a intercambiar ideas buscando financiamientos y poder trabajar en todas las materias de la malla curricular.

Un porcentaje importante de los educandos prefieren mantenerse al margen de la producción de los videos. Proponen un material educativo producido por profesionales en la materia o en tal virtud por estudiantes que sean correctamente preparados.

PREGUNTA CINCO

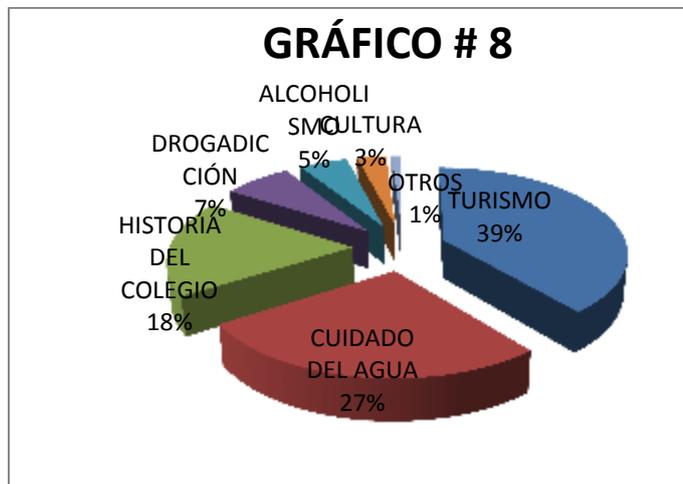
¿Qué temas deberían ser abordados para los videos educativos? Seleccione uno:

Cuadro # 8: Temas para la elaboración de los videos educomunicacionales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURISMO	39	39
CUIDADO DEL AGUA	27	27
HISTORIA DEL COLEGIO	18	18
DROGADICCIÓN	7	7
ALCOHOLISMO	5	5
CULTURA	3	3
OTROS	1	1
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba

Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la totalidad de la muestra, observamos como temas preferidos para los videos educomunicacionales al turismo con un 39% correspondiente a 39 personas, seguido por el cuidado del agua con un 27% que equivale a 27 jóvenes, historia del colegio con el 18% perteneciente a 18 estudiantes, drogadicción con un 7% siendo 7 encuestados, alcoholismo con un 5%, equivalente a 5 alumnos, cultura con el 3% siendo 3 entes y, finalmente, otros con 1% que corresponde a 1 individuo.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los alumnos encuestados, en su mayoría, le apuestan por la realización de un video turístico, en vista que la parroquia Vilcabamba es uno de los lugares más visitados de la provincia de Loja. Producir videos sobre el cuidado del agua es otro tema de su interés. Consideran que el ambiente está muy afectado por la mano del hombre y, mediante una campaña, pueden tener excelentes resultados.

Consideran además importante conocer a través de un video la historia del colegio porque no hay ningún archivo de su creación y se convertiría en un referente porque pueden participar personas que estuvieron desde sus inicios en el colegio.

Sobre la drogadicción y alcoholismo también les gustaría que sean temas de los videos, porque les permitiría conocer las consecuencias que traen a un consumidor de estupefacientes y como pueden hacer para tratar el problema.

Finalmente, la opción otros, con el porcentaje más bajo, es considerada por los colegiales porque les gustaría se trate el tema de la pornografía.

PREGUNTA SEIS

¿Según tu criterio cómo debería ser hecho el video
eduducacional?

**Cuadro # 9: Como se realizarán los videos
eduducacionales**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CON PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES	38	38
HISTORIA	16	16
BASADO EN LA REALIDAD	11	11
CUENTO	10	10
CARICATURAS	8	8
ACTORES PROFESIONALES	7	7
DOCUMENTAL	5	5
REPORTAJE	3	3
NO CONTESTAN	2	2
TOTAL	100	100

Fuente: Estudiantes del Colegio Nacional Vilcabamba
Investigadores: Silvana Peralta – Darwin Valarezo



Elaborado por: Silvana Peralta – Darwin Valarezo

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 38% referente a 38 alumnos del universo encuestado señala que el video debería ser realizado con la participación de los estudiantes; a un 16%, 16 estudiantes les agrada sobre una temática de historia para llamar la atención; en tanto un 11% equivalente a 11 educandos concuerdan en un video basado en una historia real con la participación de un personaje con una vivencia o problema similar. Un 10% correspondiente a 10 entes prefieren el video en forma de un cuento; un 8% semejante a 8 personas quiere la caricatura; al 7% correspondiente a 7 individuos les gustaría con la participación de profesionales en la actuación; un 5% que son 5 encuestados opta por el documental; un 3%

que corresponde a 3 entes se inclina por el reportaje, y, un 2% correspondiente a 2 estudiantes prefiere no contestar la interrogante.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los estudiantes encuestados muestran su interés en la elaboración de videos educomunicacionales a cargo de alumnos de la institución. Persisten en que se los capacite para obtener un producto aceptable y que llene sus perspectivas.

En el caso de estos jóvenes prefieren algo diferente que los padres de familia y docentes, optan por una historia basada en la realidad con la intervención de un personaje que haya vivido algún problema de esta índole, con esto pretenden sentir y vivir la historia.

Ciertos encuestados prefieren al video realizado con caricaturas porque los dibujos animados llaman más la atención de los jóvenes y es una forma diferente de no haber inconvenientes con la actuación porque solo se manejará la animación con la ayuda de voces.

A otro grupo de estudiantes le gustaría que en el video actúen profesionales porque manejan el tema, sería más creíble, natural y no necesitan de capacitar a los jóvenes. Finalmente, pocos son los alumnos

que prefieren el video como documental o reportaje donde haya más profundidad en el tratamiento de los temas, consideran que se debe hacer un procedimiento acorde para manejar un referente con más fuentes y bien sustentado.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

En el planteamiento del proyecto se trazó la siguiente hipótesis:

Inciden preponderantemente los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnicas, expresivas y didácticas, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

Se comprueba esta hipótesis, con las respuestas a las preguntas formuladas en las encuestas de los estudiantes, maestros y padres de familia, en donde concuerdan que en el establecimiento educativo no hay equipo necesario para realizar videos educomunicacionales, por falta de recursos económicos.

Se puede evidenciar en la pregunta uno aplicada a los estudiantes, el 89% aseveran que sus docentes no han usado en el salón de clase videos educomunicacionales, realizados en la parroquia por falta de recursos financieros.

Además se comprueba con las respuestas a la pregunta 1 ¿Cómo afectan los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en

el proceso de enseñanza de los alumnos?, de las entrevistas realizadas a los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, doctor Jorge Barnuevo, licenciado Wilmer Espinoza y doctor Milton Andrade; y, Expertos en Producción de video, licenciado Jorge Reyes, David Neira y Diego Robles; quienes coinciden que los videos educomunicacionales constituyen una buena estrategia para el proceso de enseñanza aprendizaje. La parte económica es fundamental para adquirir tecnologías y poder procesar la información; esto ayudará a la preproducción, producción y postproducción de los mismos. Reiteran además que la mayoría de colegios no cuentan con los implementos necesarios para la elaboración de videos educomunicacionales lo cual es muy necesaria la inversión para poder cubrir los gastos que demandarán.

Con la respuesta a la pregunta 2 ¿Cómo afectan los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos? aplicadas a los docentes de la Universidad Nacional de Loja y expertos en producción de video. El licenciado Wilmer Espinoza sostiene lo siguiente “es muy importante este factor porque está en contacto con las personas, ya que un video socialmente afecta a una población cuando influye sobre esta con algún tema determinado”; asimismo el doctor Jorge Barnuevo manifestó “para la elaboración de los videos primeramente antes de ser transmitidos deben tener un buen estudio, dominio de tema y estar en concordancia con los requerimientos

de los perceptores, donde se determina el enfoque, formación, estructura y fondo que se le va a dar, tomando en cuenta el nivel de conocimiento de quienes lo van a observar”.

Además se comprueba esta hipótesis con la respuesta a las entrevistas dirigidas a la Psicóloga Carmen Salcedo y Trabajadora Social Dina Barriga; quienes corroboran que la falta de presupuesto ha sido el principal inconveniente para no ejecutar este tipo de proyectos audiovisuales.

Finalmente se comprueba con la respuesta a la pregunta 3 de las encuestas dirigidas a los padres de familia y docentes, quienes manifiestan que no existen videos elaborados en la parroquia de Vilcabamba, debido a la carencia de presupuesto para la adquisición de las herramientas necesarias como lo son cámara de video, tarjeta capturadora de video, programa de edición, etcétera; que permitan ejecutar un trabajo bien realizado o al menos acorde con la comunidad. Además ven otro inconveniente en la parte social debido a la carencia de conocimientos por parte de los docentes y estudiantes, en lo que respecta a los beneficios de la comunicación como medio de educación.

Enfatizan que en este siglo XXI la educación se está haciendo cada vez más tecnológica, lo cual sería un gran avance para la institución el

trabajar con este tipo de instrumentos, ayudando así a mejorar el nivel de enseñanza aprendizaje de los alumnos.

VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Conocer la incidencia de los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnicas, expresivas y didácticas, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja.

VERIFICACIÓN:

Producir videos educomunicacionales que forme y ayude al proceso de enseñanza aprendizaje, y a su vez promueva a que la juventud de este entidad educativa, sean los actores y productores de trabajos audiovisuales en beneficio de la parroquia Vilcabamba, pese a la incidencia de los factores económicos y sociales, así lo manifiestan la mayoría de encuestados e incluso algunos entrevistados.

Algunos de los encuestados coinciden que en el colegio Vilcabamba aún trabajan los estudiantes con la máquina de escribir, lo que en muchos países ya ni existe. Por ende la educación de los sectores rurales muchas de las veces se ve afectada por la falta de presupuesto que vaya directamente a mejorar las herramientas y técnicas de estudio.

David Neira, experto en producción de video sostiene que la parte económica es fundamental al momento de realizar cualquier trabajo audiovisual, la parte técnica demanda de gastos; al igual que en la parte expresiva y didáctica, para lo cual debe haber un presupuesto destinado para alimentación, transporte, vestuario e instrumentos a utilizar; sin este recurso aunque haya predisposición de hacerlo no se podrá lograr tener un producto de calidad.

Por su parte Diego Robles manifiesta que se debe determinar a qué público nos vamos a dirigir, para trabajar con los instrumentos necesarios y así poder captar la atención de nuestro público objetivo.

Los factores económicos y sociales permiten determinar hasta dónde podemos llegar. Fijando el presupuesto se analiza cómo será la preproducción, producción y postproducción de los videos. Es importante, según comentaron los expertos en producción de video, analizar qué es lo que se busca, a qué público va encaminado, los medios necesarios y las personas que van a elaborar los videos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO UNO.-

Analizar la incidencia de los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja

VERIFICACIÓN:

Este objetivo se comprueba con la contestación a la pregunta planteada a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, particularmente en la respuesta a la interrogante número 1 que dice ¿En las clases que vienen impartiendo los docentes, han utilizado como didáctica videos educomunicacionales desarrollados en la parroquia Vilcabamba?, en la que corroboraron que en los salones de clases carecen de equipo de necesario para producir videos, porque el presupuesto del colegio no alcanza para elaborar este tipo de materiales que constituyen un elemento importante en el proceso de enseñanza aprendizaje de los jóvenes.

En la entrevista aplicada a los docentes de la carrera de la Universidad Nacional de Loja, doctor Jorge Barnuevo, licenciado Wilmer Espinoza y doctor Milton Andrade, convienen que los videos educomunicacionales constituyen una estrategia de variadas temáticas que se pueden utilizar para el proceso de enseñanza aprendizaje siempre y cuando se les dé el debido tratamiento y llame la atención al público.

Debemos tener en cuenta que al realizar un video el factor económico es un punto determinante e influyente. El presupuesto determinará la calidad del video, así como la duración del mismo. Aunque existan buenas ideas, sino se consigue el presupuesto necesario se tornará complicada la ejecución de la preproducción, producción y postproducción del video.

OBJETIVO DOS.-

“Estudiar los niveles de incidencia de los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja”

VERIFICACIÓN

Este objetivo se verifica con la respuesta a la pregunta tres ¿Conoce si alguna persona realiza videos educomunicacionales en la parroquia Vilcabamba? de las encuestas aplicadas a estudiantes, docentes y padres de familia, los cuales convienen en su mayoría que no hay personas dedicadas a este tipo de actividades, y por ende los alumnos y maestros no han pedido colaboración para producir filmaciones de este tipo. Los docentes no son ajenos a esta realidad, porque no saben manejar las herramientas para desarrollar videos educomunicacionales.

Además con la respuesta a la pregunta uno de las encuestas aplicadas a los mismos encuestados, se afirma que en las horas clase no han recibido videos educomunicacionales.

Diego Robles, experto en producción de videos, sostiene que hay que determinar el público al cual se va dirigir y seleccionar a las personas más idóneas para cumplir con el rodaje, determina importante que los estudiantes sean los protagonistas.

Estos factores son muy importantes porque están unidos con las personas, ya que afectará al público al cual va dirigido según el tema

abordado; el objetivo es llegar con el producto y satisfaga a las necesidades del público que lo observa.

Sabemos que el tema del comunicador es muy amplio, pero es su trabajo inmiscuirse en procesos académicos y educativos, a partir de los cuales se pueda acompañar en la formación de una persona o sector.

Este objetivo determina cuánto puede ayudar un video en la educación de los estudiantes, puesto que les permite conocer algo nuevo y de una forma diferente a la educación tradicional.

OBJETIVO TRES.-

Formular una propuesta alternativa a objeto de cimentar las dimensiones técnicas expresivas y didácticas del video educomunicacional, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja

VERIFICACIÓN

Se puede plantear una propuesta alternativa a través de “La producción de videos educomunicacionales, orientados a contribuir el nivel de enseñanza aprendizaje en sus dimensiones técnica, expresiva y

didáctica en los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, de la ciudad y provincia de Loja”, pensando en el desarrollo integral de los mismos.

Lo sugirieron en las respuestas a las preguntas 4, 5 y 6 de las encuestas aplicadas, en las que manifiestan que la ejecución de videos educomunicacionales representando a su entorno y a su vez promueva las ganas de que la juventud de la institución sean los actores y productores de excelentes trabajos para su establecimiento, pese a la incidencia de los factores económicos y sociales que existan.

Consideran que el aporte que ofrecen en la actualidad los medios de comunicación es muy importante y que deben ser explotadas al máximo. En lo que respecta a las temáticas de los videos los estudiantes seleccionaron tres: uno sobre el agua, otro de turismo, y un último sobre la historia del colegio.

g. DISCUSIÓN:

La elaboración de videos educomunicacionales cumple un objetivo didáctico previamente formulado, que adecuadamente empleado, sirve para facilitar a los profesores la transmisión de conocimientos y a los alumnos la asimilación de estos.

Por ello para la producción de videos educomunicacionales, en el proceso de la investigación de campo, se consultó a estudiantes, padres de familia y docentes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, y gracias a los resultados obtenidos, se pudo constatar que los educandos están interesados en participar en la elaboración de los videos abordando temáticas de índole social que son propicios a la época en la que se están desarrollando. Se constató que en las clases que imparten los docentes del colegio Vilcabamba no han utilizado los medios audiovisuales como herramienta de aprendizaje, esto porque no cuentan con los conocimientos, ni los medios requeridos para realizar este tipo de representaciones. Además los alumnos y padres de familia concuerdan que los cambios en el sistema educativo son importantes para el desarrollo del aprendizaje, por lo cual sostienen que se debería buscar alternativas tecnológicas para salir de la rutina y dejar de lado viejas metodologías de enseñanza.

La producción de videos educomunicacionales orientados a contribuir el nivel de enseñanza aprendizaje en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los estudiantes del colegio Nacional Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja, ayudará a que los estudiantes puedan expresarse sin ningún inconveniente en el desarrollo de su creatividad, ofreciendo instrumentos, para comprender la producción social de comunicación, saber cómo trabajan las estructuras de poder y cuáles son las técnicas y elementos expresivos que los medios manejan, comprendiendo los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, desde las dimensiones técnicas, expresivas y didácticas.

Trabajar en los colegios con videos educomunicacionales es vital. Todo se finca en la necesidad que los alumnos aprendan a navegar en este nuevo mar que ofrece la comunicación y así formar talentos idóneos.

Por ello, se torna necesaria la implementación de una propuesta comunicativa (videos educomunicacionales) que estimule, eduque y oriente a los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, partiendo de concepciones indispensables dentro del ámbito comunicacional para lograr una eficaz retroalimentación.

Sin embargo los factores económicos y sociales son esenciales al momento de elaborar los videos, puesto que, a medida del

presupuesto y del personal, se podrá realizar un trabajo de nivel alto, medio o bajo. Para conseguir un producto aceptable, porque es necesario manejar la preproducción, producción y postproducción. Actualmente esta parroquia no tiene personas dedicadas al desarrollo de videos orientados a formar a los estudiantes y que puedan ser utilizados por los docentes en su enseñanza.

Los videos educomunicacionales serán entregados a la doctora Carmen Salcedo y licenciada Dina Barriga, jefas del departamento de Orientación Vocacional de la institución; quienes se encargarán de proyectarlos a los alumnos de acuerdo a su cronograma de actividades.

Cuando el estudiante se convierte en actor, él cuenta una historia, la siente y por lo tanto los compañeros de clase, van a tener la oportunidad de ver ese material vivido por un joven mucho más si se lo realiza en un lugar característico de su jurisdicción.

David Neira, experto en producción de video, sostiene que luego de realizar una completa investigación, primeramente se debería tratar de organizar el material obtenido, revisar minuciosamente cuál es la intención del video y realizar un esquema de lo que se busca. Con esto se puede hacer una estructura detallada de los puntos importantes y de lo que se va a filmar. Hay que determinar cuáles son elementos y materiales a utilizar para que el video sea lo más nítido posible con buen audio y una

buena trama, el cual servirá en su caso como método de aprendizaje para los y las estudiantes de este colegio. De este tipo de videos, no se conoce mucho que haya habido o realizado en este lugar, lo cual es un aval importante para fomentar en los jóvenes la idea de incursionar en este mundo.

Por su parte el doctor Milton Andrade, manifiesta que es necesario estudiar a la audiencia que se va a llegar, luego plantearse objetivos educativos con ese video, determinar la cantidad de información que se va a dar. Otro factor importante es que se debe hacer al video lo más sencillo posible porque el mal abuso de los efectos termina confundiendo a quienes lo observan.

Carmen Salcedo, psicóloga del establecimiento, expresa que la elaboración del video educomunicacional debe contar con un lenguaje no muy técnico para que haya una buena comprensión por parte de los alumnos. Considera que la elaboración de videos es una buena idea, porque serían realizados por alumnos de nuestro establecimiento y, a la vez, una gran oportunidad para que se inclinen por los medios de comunicación.

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el análisis de los resultados se concluye que:

1. En las clases que imparten los docentes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba no han utilizado los medios audiovisuales como herramienta de aprendizaje, esto porque no cuentan con los conocimientos, ni los medios requeridos para realizar este tipo de representaciones. Los alumnos y padres de familia concuerdan que los cambios en el sistema educativo son importantes para el desarrollo del aprendizaje, por lo cual sostienen que se debería buscar alternativas tecnológicas para salir de la rutina y dejar de lado viejas metodologías de enseñanza. Los factores económicos y sociales son esenciales al momento de elaborar los videos, puesto que, a medida del presupuesto y del personal, se podrá realizar un trabajo de nivel alto, medio o bajo. Para conseguir un producto aceptable, porque es necesario manejar la preproducción, producción y postproducción.
2. Pocos docentes, padres de familia y alumnos encuestados tienen una idea del significado de video educomunicacional, de manera superficial, no técnica. Los investigados que sostienen saber qué son estos videos, coinciden en la importancia de implementar como

una herramienta de aprendizaje en este colegio. Se revela que el colegio Nacional Mixto Vilcabamba no cuenta con presupuesto para introducir mejoras en el sistema de enseñanza-aprendizaje como los videos educomunicacionales.

3. Esta parroquia no tiene personas dedicadas al desarrollo de videos orientados a formar a los estudiantes y que puedan ser utilizados por los docentes en su enseñanza. Los reportajes y documentales de este valle de la longevidad son realizados por los medios nacionales y locales, y por los extranjeros que llegan de visita. Vale destacar que el aspecto social y económico va de la mano. Para lograr un producto de calidad se requiere contar con personal adecuado que haga un tratamiento correcto de los videos, con el enfoque pertinente que permita cumplir las expectativas del público objetivo, esto es, los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba.
4. Los alumnos tienen predisposición en ser parte de la producción y realización inédita de videos educomunicacionales, con temáticas que se inclinen en mostrar realidades, educar e informar a la comunidad; misma que sea como base fundamental a seguir. Una opción o sugerencia de los interesados, manifestaron que sería viable la implementación de los videos educomunicacionales previo a una capacitación.

5. Fueron 7 alternativas propuestas por los investigadores (turismo, cuidado del agua, historia del colegio, drogadicción, alcoholismo, cultura y otros) de éstas los encuestados se inclinaron preferentemente por los 3 primeros videos. La mayoría de encuestados no utilizaron la opción “otros” para sugerir alternativas de videos diferentes. Les pareció acertada la ejecución de los temas planteados y que pueden ser objeto de la propuesta. Cabe recalcar en el caso del video del colegio, lo sugieren porque no hay registros de una historia de esta institución, entonces es idóneo dejar un legado para futuras generaciones. En el caso del cuidado del agua los docentes se inclinan porque siempre hacen campañas enfocadas al líquido vital y ven un aporte significativo para socializar con los estudiantes. El turismo fue sugerido por los tres grupos de encuestados en virtud de la importancia de conocer cómo es la situación de esta parroquia y para que haya un video creado por esta institución.

6. Se concluye que los tres grupos de encuestados quieren como escenario de los videos educomunicacionales los predios de la institución y a la parroquia de Vilcabamba. A esto se suma la participación de los alumnos del establecimiento. No descartan la opción de realizar primeramente campañas, para incentivar a los jóvenes a ser parte de esta iniciativa, además de realizar un

producto dinámico, llamativo y que represente la realidad actual. Finalmente sugieren que dichos videos no deben ser muy largos porque aburrirían a los estudiantes y no se captaría la atención, sin dejar de lado la naturalidad para comprometer la identificación de los educandos.

I. RECOMENDACIONES

Una vez definidas las conclusiones se recomienda lo siguiente:

1. Que el Estado, el Ministerio de Educación y, particularmente, la Dirección Provincial de Educación de Loja, promuevan la utilización en las clases los videos educomunicacionales. El fin es generar una educación más dinámica y creativa para desarrollar talentos humanos de calidad y con nuevas perspectivas. Se recomienda también a los docentes que busquen alternativas para acceder a la tecnología y así hacer una revolución en la educación. El video educomunicacional es una herramienta de apoyo generadora de múltiples beneficios y que puede ser utilizada para enseñar cualquier materia de la malla curricular. Las autoridades del colegio Nacional Mixto Vilcabamba busquen financiamiento en fundaciones extranjeras que apoyen iniciativas que vayan en beneficio y adelanto de los estudiantes de la parroquia. Ello, incluso, puede servir de ejemplo para otras entidades educativas.

2. Que los estudiantes, egresados y/o profesionales en comunicación social se inclinen por la elaboración de trabajos audiovisuales en los centros educativos, capaz que generen opciones de estudio heterogéneas y promuevan el interés de docentes, padres de familia y educandos. La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja debería también incentivar a la elaboración de este tipo de trabajos con los

estudiantes y neo egresados, para realizar una campaña y dar conocer la importancia de trabajar con videos educativos y los beneficios que se puede conseguir. Con esto se impulsaría a los secundarios a ser parte de la carrera.

3. Al no haber personas en esta parroquia dedicadas a esta función, el colegio puede tomar la iniciativa de generar estos videos que no solo queden para el archivo de la institución, sino que puedan ser presentados a los moradores como muestra de emprendimiento. Para desarrollar los videos pueden realizar convenios con instituciones privadas, públicas y con la carrera de Comunicación Social y así alumnos de esta institución pueden brindar talleres hasta que haya un grupo de generadores. Si se educa a los jóvenes de una manera adecuada se logrará mejores ciudadanos y potenciales transformadores de la sociedad. Asimismo, sabrán utilizar las herramientas tecnológicas y los medios de comunicación para beneficio de las sociedades futuras.

4. Se recomienda a los docentes y padres de familia que sean parte de estos videos porque pueden estrechar lazos de unión con los jóvenes y aunque no sean parte del elenco actoral pueden colaborar en otros ámbitos como narrar experiencias de su vida, dar consejos entre otros. Además pueden conocer cómo se desarrolla los videos y emprender en nuevos proyectos en beneficio del

colegio, y ante todo en el caso de los docentes generar alternativas de aprendizaje para con sus alumnos.

5. Los autores de la tesis deben realizar los videos de acuerdo a la preferencia de los encuestados es decir que se trabaje con la ejecución de los tres videos propuestos: turismo, cuidado del agua e historia del colegio. Los temas expuestos deben ser tratados adecuadamente, en el caso del video de la historia de esta institución, deben participar personas que fueron parte de la creación, además determinar cuáles son los cambios suscitados hasta el momento. En el caso del cuidado del agua es importante recalcar las partes esenciales como no desperdiciar el agua y cuidar el medio ambiente. En el video del turismo sería importante que los alumnos muestren las virtudes de la parroquia y poco a poco ir generando reportajes de cada lugar turístico. Es necesario invitar a los maestros a que utilicen estos videos como referente, para ser presentados a los alumnos y luego se habrá un diálogo de lo que pudieron captar y sacar conclusiones.

6. Indiscutiblemente los protagonistas son los alumnos de la institución, el escenario serán los predios de la institución y la parroquia de Vilcabamba. Las campañas que se propone deben ser cortas y llamativas, al igual que los videos deben ser productos

dinámicos, interesantes y que represente la realidad actual. Se recomienda hacer los videos no más de 5 minutos, para que sean digeribles rápidamente y no provoquen aburrimiento en los estudiantes. Finalmente se recomienda a las autoridades de la entidad educativa a que este proyecto no quede a la deriva y se busque formas de continuar desarrollando videos que coadyuven a la formación y desarrollo de los educandos.

PROPUESTA ALTERNATIVA

TEMA

PRODUCCIÓN DE VIDEOS EDUCOMUNICACIONALES ORIENTADOS A CONTRIBUIR EL NIVEL DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN SUS DIMENSIONES TÉCNICAS, EXPRESIVAS Y DIDÁCTICAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

ANTECEDENTES

Para el desarrollo de nuestra propuesta el escenario considerado es el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, ubicado a 400 metros del parque central de Vilcabamba. En su inicio formaba parte de la escuela Yamburara “Juan Rúa de Pizarro”, pero desde el año 1971 se convierte en colegio particular.

En sus inicios el número de estudiantes era muy reducido, posteriormente comienzan a tener una gran afluencia de alumnos de todos los lugares de la parroquia, considerándose hoy en día como unos de los colegios más importantes de la región sur oriental de la provincia de Loja.

Actualmente el centro educativo se encuentra dirigido por el ingeniero Manuel Guamán, quien fue el pilar fundamental para la elaboración de nuestra propuesta brindando todo su apoyo para llegar a feliz término. El establecimiento durante el presente periodo cuenta con tres bloques distribuidos en parte administrativa y académica, con las especialidades de físico - matemáticas, química – biología, contabilidad y ciencias sociales, cada uno con sus respectivos laboratorios y profesionales.

Nuestra propuesta está encaminada en contribuir en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes, con la elaboración de videos

educomunicacionales, con tres temáticas seleccionadas por los tres sectores encuestados (docentes, padres de familia y estudiantes) dando como resultado a los siguientes temas: Turismo de Vilcabamba, cuidado del agua e historia del colegio; siempre con la participación del estudiantado, luego los videos serán socializados entre los alumnos de la entidad educativa. La tarea corre a cargo de las encargadas del departamento de Orientación Vocacional.

En lo que respecta en la factibilidad económica y social; el rector del colegio Manuel Guamán, sostuvo que el gobierno brinda apoyo económico pero estos se distribuyen en tres rubros específicamente uno en la compra de material didáctico, arreglo de infraestructura, y para el pago de los servicios básicos con que cuenta la institución, lo cual impide en que se desarrollen este tipo de actividades ya que deben adquirir todos los instrumentos necesarios para la ejecución de videos y la contratación de un profesional en este campo; dando como resultado que la mayoría de instituciones sigan con el mismo método de enseñanza. Sin embargo está dispuesto en formar parte de esta propuesta alternativa siendo el primer establecimiento de esta zona en trabajar con una nueva herramienta, nuestro objetivo primordial es contribuir en la enseñanza aprendizaje de los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, y este a su vez sea un estímulo para las demás instituciones educativas.

Como es de conocimiento el hecho educativo es, esencialmente, un hecho comunicativo. Hoy es impensable hablar de comunicación y de educación como procesos diferentes. Los procesos de comunicación son componentes pedagógicos del aprendizaje.

La educomunicación solamente se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores. La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes.

La utilización de videos educomunicacionales en este nuevo siglo debería erigirse en un territorio imprescindible para la adquisición y confrontación de conocimientos. Es ya popular que todo conocimiento se adquiere desde un pensamiento crítico.

Los videos educomunicacionales ayudan a que los estudiantes puedan expresarse sin ningún inconveniente en el desarrollo de su creatividad, ofreciendo instrumentos, para comprender la producción social de comunicación, saber cómo trabajan las estructuras de poder y

cuáles son las técnicas y elementos expresivos que los medios manejan, comprendiendo los mensajes con suficiente distanciamiento crítico. La finalidad es minimizar los riesgos de manipulación. Hablamos de compensar la carencia de herramientas para el desarrollo del educando en las diferentes ramas y niveles.

Trabajar en los colegios con videos educomunicacionales es vital. Todo se finca en la necesidad que los alumnos aprendan a navegar en este nuevo mar que ofrece la comunicación y así formar talentos idóneos.

Por ello, se torna necesaria la implementación de una propuesta comunicativa (videos educomunicacionales) que estimule, eduque y oriente a los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, partiendo de concepciones indispensables dentro del ámbito comunicacional para lograr una eficaz retroalimentación.

Tanto los docentes, padres de familia y alumnos consideran estratégico este tipo de iniciativas, pues, "por su influencia sobre el individuo y la sociedad, la prensa, la radio y la televisión han desempeñado hasta ahora, aunque a veces no se lo hayan propuesto, una gran función educativa y formativa, y no siempre con carácter positivo. Por la propia naturaleza de los medios, que son reflejo de la vida cotidiana, aunque al mismo tiempo la orientan y, en cierto modo, la

modifican o la condicionan, pero cada país debe elegir su estrategia para acercarse al cumplimiento y mejorar la educación”¹⁴.

Pero no todo es malo, pues se pueden elaborar productos televisivos en beneficio de la formación, ya que como lo mencionamos anteriormente la televisión es el medio más visto, especialmente por la juventud. De allí que se le debe sacar el máximo provecho.

Partiendo del principio que la televisión es un medio eficaz para llegar a las personas y luego del estudio de campo, se considera a la propuesta de elaborar videos educomunicacionales muy oportuna y centrada, principalmente si tienen el objetivo de contribuir a la formación intelectual de los alumnos del colegio Vilcabamba, aparte de involucrarlos a través de la participación de los mismos.

Ello determina que con mayor facilidad los mensajes se cambien y la enseñanza salga de esa rutina, tornando en propaganda de valores emitidos a través del video educomunicacional. Estos videos serán trabajados para cumplir con las expectativas de los docentes, alumnos y padres de familia, y así puedan ser utilizados como medio de enseñanza, coadyuvando al desarrollo y mejoramiento de la educación en este plantel.

¹⁴López Ayllón, <http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=35>. 2 abril-2011-18:32

Los productos televisivos propuestos (videos educomunicacionales) contribuirán con el desarrollo de la enseñanza-aprendizaje en los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del cantón y provincia de Loja, en el año 2012.

JUSTIFICACIÓN

En lo académico

Al ser una de las políticas de la Universidad Nacional de Loja vincularse con la comunidad, a través de procesos comunicacionales que den soluciones viables a los problemas existentes, sobre todo en materia de herramientas de educación, nuestro trabajo está encaminado a mejorar el nivel de enseñanza-aprendizaje en los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

La propuesta titulada “Implementación de videos educomunicacionales orientados a mejorar el nivel de enseñanza – aprendizaje en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja, para el año 2012”, cumple con este principio, por tanto, el uso de herramientas comunicativas, videos educomunicacionales, entre otros, son de gran ayuda para mejorar el

nivel de comprensión, incentivando en lo posterior al desarrollo de más trabajos investigativos en planteles educativos de la zona suroriental.

En lo institucional

La ejecución de esta propuesta será un valioso aporte para la Universidad Nacional de Loja, en especial para la Carrera de Comunicación Social, tomando en cuenta que nuestro planteamiento es la elaboración de videos de carácter educativo, orientador y de entretenimiento. Nuestro fin es el desarrollo intelectual de los colegiales.

Los contenidos beneficiarán tanto a los alumnos como a los docentes del plantel de Vilcabamba. Los temas a tratar, que son turismo de la parroquia, cuidado del agua e historia del colegio, fueron sugeridos por los encuestados y en sí por los alumnos y profesores que mostraron toda su predisposición.

En sí se incentiva nuevos procesos de enseñanza para mejorar el modelo de educación en los establecimientos educativos de las parroquias rurales de la provincia de Loja.

En lo social

El proceso de enseñanza en los colegios rurales se ha visto limitado en los avances tecnológicos, a pesar que la nueva Ley de

Educación contempla formar alumnos con gran nivel de conocimiento en todos los ámbitos, tanto así que a partir del período académico, iniciado en septiembre anterior en el régimen Sierra, se aplicó el Bachillerato General Unificado (BGU).

De igual manera, la nueva Ley de Comunicación, que se analiza en la Asamblea Nacional, contempla cambios en particular en el mejoramiento de los programas que se proyectan a los televidentes, dejando de lado las emisiones sensacionalistas. Es aquí donde entran los videos educomunicacionales e informativos.

De esta forma, el uso de herramientas comunicacionales como los videos son de gran ayuda para mejorar el nivel de comprensión de los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, partiendo del punto que la televisión es un recurso electrónico utilizado por la juventud.

Para la proyección de los videos se dialogó con las docentes encargadas del Departamento de Orientación Vocacional del colegio. El material será presentado a los estudiantes y luego las funcionarias harán uso del mismo cuando crean conveniente. Deberán ordenar con precisión los días de difusión.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Coadyuvar al desarrollo del proceso de la enseñanza-aprendizaje en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de la parroquia del mismo nombre, del cantón y provincia de Loja, por medio de videos educomunicacionales.

Objetivos específicos:

- ❖ Incentivar al rector y cuerpo docente a trabajar con nuevas técnicas de estudio (videos educomunicacionales) y así consolidar un cambio en la forma de enseñar a los alumnos, y que sirva como ejemplo para los demás planteles de la zona sur-oriental.

- ❖ Estimular a los alumnos del colegio mediante campañas para que participen en el proceso de elaboración de los videos en condición de protagonistas.

- ❖ Impartir un taller sobre formatos periodísticos y actuación para la familiarización respectiva, previo a las filmaciones.

- ❖ Conocer el nivel de incidencia de los factores económicos y sociales en la elaboración de los videos educomunicacionales, para tener un conocimiento real de lo que demanda hacer este tipo de trabajos investigativos.

❖ Abordar en la elaboración de los videos temáticas relacionadas con la problemática juvenil que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los adolescentes de la parroquia; y,

❖ Captar la atención del alumnado del establecimiento presentando tres videos de género educativo con una duración de cinco minutos cada uno. Los temas son: cuidado del agua, historia del colegio y turismo de Vilcabamba.

FACTIBILIDAD

El ingeniero Manuel Guamán, rector del colegio, opinó ser necesario realizar este tipo de actividades juntamente con los estudiantes y, en ese sentido, autorizó la realización del tema de tesis, aparte de ofrecer toda su colaboración.

La doctora Carmen Salcedo y la licenciada Dina Barriga, que laboran en el Departamento de Orientación del colegio, reconocen la participación del estudiantado, sin embargo, consideran importante el asesoramiento de profesionales de la comunicación social.

Por pedido del sector encuestado, que llegó a un 74.5%, la elaboración de los videos educomunicacionales se hará en la parroquia Vilcabamba con la participación de los educandos del colegio.

Por su parte, el rector, tras reiterar su predisposición, ofreció también prestar las instalaciones del centro educativo para los fines necesarios, siempre y cuando no se interfiera en las horas clase de los alumnos.

Por ello, previo a iniciar nuestro trabajo de elaboración de los videos, consideramos imperioso realizar una campaña incentivando a los alumnos a inscribirse en el proyecto. La actividad también comprende el pegar afiches en lugares estratégicos del colegio y de la parroquia Vilcabamba, a la vez entregar otros promocionales (octavillas), cuyo fin es hacer campaña y dar a conocer pormenores del proyecto.

Se prevé dictar un taller de actuación y manejo de cámara a los alumnos que se inscriban. El horario será de 15:00 a 17:30, en el coliseo del establecimiento. Los facilitadores de los talleres serán Diego Robles, director del Grupo de Teatro Antifaz, y Danny Torres, actor de varias películas. Luego, se escogerá a los alumnos que tengan mayor facilidad de palabra y desenvolvimiento escénico.

El proceso de rodaje o filmación se realizará en horario vespertino, los días jueves, viernes y sábado. Tiene como finalidad no perjudicar en sus estudios a los educandos. Previo a ello, se les entregará una semana antes los libretos para que se aprendan los diálogos.

Los videos educomunicacionales tendrán una duración de cinco minutos, según las sugerencias de los especialistas. Dina Barrigas,

trabajadora Social del establecimiento, indicó que un video extenso cansa a los alumnos, mientras que un video corto es captado de mejor manera, especialmente si el objetivo es que al finalizar su proyección se abra un conversatorio y los alumnos den su punto de vista.

La proyección de los videos está prevista realizarse en el coliseo del establecimiento, donde se cuenta con el equipo necesario. Los días de presentación se ceñirán estrictamente al plan de trabajo del Departamento de Orientación Vocacional.

Del mismo modo, los expertos en producción de video recomendaron que las temáticas sean seleccionadas por los participantes, que buscarán contenidos relacionados con su edad, sobre la base de recuerdos y apegados a su etapa.

Esto último se deriva de las seis interrogantes propuestas a estudiantes, padres de familia y docentes, es decir, en la pregunta número cinco seleccionaron opciones para realizar los videos de su preferencia.

Entonces, los temas con mayor puntaje son turismo, cuidado del agua e historia del colegio. Estos requerimientos serán cumplidos en su totalidad.

Para la elaboración de los videos se requiere efectuar un estudio tanto de campo como bibliográfico. Ello posibilitará determinar las

locaciones precisas para filmar, así como los instrumentos necesarios para la preproducción, producción y postproducción, además de investigar quiénes son las personas conocedoras de la historia del colegio.

Por todo lo anterior, la propuesta desde todo punto de vista es factible si se considera que robustecerá los aspectos enseñanza-aprendizaje en el colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

Aparte de ello, los docentes, a través de estos medios didácticos, podrán llegar con mayor facilidad a sus estudiantes y garantizar desde ya la asimilación de los conocimientos, así como despertar la interacción de la dupla maestro-alumno.

Lo factible también deriva de los medios sociales y recursos económicos que tienen los investigadores para desarrollar la propuesta planteada y llevarla a feliz culminación. También ingresan aquí los alumnos del colegio que demostraron interés por ser parte de este planteamiento y, sobre todo, de pasar de simples testigos a actores directos.

En especial la propuesta es factible cuando fueron los propios directivos del colegio, encabezados por su rector, Manuel Guamán, quienes, tras conocer el plan de los investigadores, se mostraron interesados en seguir elaborando los videos educomunicacionales y para ello están decididos a solicitar colaboración a las empresas privadas,

fundaciones, entre otras. El objetivo de ellos es fortalecer la enseñanza aprendizaje de sus alumnos.

METAS ESPERADAS

1. Poder lograr nuestro objetivo: que el rector y cuerpo docente incentiven a los alumnos a participar en proyectos educativos como los videos educomunicacionales, que serán un aporte en su formación intelectual, dado que las temáticas serán concomitantes a la época de su desarrollo generacional.
2. Que la elaboración de los videos educomunicacionales tenga buena acogida en los alumnos y docentes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba.
3. Que los colegios surorientales del cantón Loja se sumen al trabajo comunicativo de elaborar videos para ayudar a la formación de sus respectivos estudiantes.
4. Incentivar a todos los egresados de la Carrera de Comunicación Social a elaborar trabajos investigativos en establecimientos educativos rurales, en el marco de la función universitaria de vinculación con la colectividad y como un mecanismo idóneo para

conocer e incidir en el contenido social, político y económico de su futuro ejercicio profesional.

5. Contar con los instrumentos necesarios para la elaboración de videos educomunicacionales donde el factor económico y social no sean impedimentos para culminar con éxito nuestra propuesta.

PRODUCCIÓN

Investigación

En el trabajo de campo se consultó a expertos en elaboración de trabajos investigativos, estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba y personas vinculadas a la comunicación social. Los resultados determinaron la necesidad de elaborar videos educomunicacionales que contribuyan al desarrollo intelectual de los estudiantes de ese colegio.

Aunque la elaboración de videos educomunicacionales, en criterio de expertos, será positiva siempre y cuando haya la participación de los alumnos del establecimiento.

Las etapas para la elaboración de los videos son las siguientes:

PRE-PRODUCCIÓN

En esta fase se llevan a cabo las siguientes acciones previas a la realización:

Reunión técnica

Aquí participan las personas que estarán involucradas en la producción del video, se definen todos los aspectos importantes de la producción como responsabilidades, requerimientos de imagen, talento, estructura y tratamiento, locaciones, “scoutings”, fechas y horarios de grabación, materiales gráficos, animaciones, música, entre otros.

Creación del concepto

Es la idea general de cómo será el video, del tema que tratará y de cómo será utilizado.

Creación del tratamiento

Describe en forma detallada todos los elementos que estarán implicados y la producción misma del video: el formato, continuidad y diseño de la producción.

Creación del guión literario

Es básicamente el texto para la narración del video. A partir de ello, se desglosarán todos los requerimientos como imagen, locaciones y los demás elementos necesarios.

Creación del guión técnico

Mediante el guión técnico se organizan todos los elementos que serán parte del video con una descripción completa y detallada, el diálogo, la acción y gráficos. Esto se hace mediante una hoja dividida en dos columnas. En la primera constarán las tomas y los tiempos parcial y real, y en la segunda los diálogos.

Visitas de sondeo a las locaciones (“scouting”)

Lo primero es determinar la cantidad y ubicación de las locaciones requeridas para levantar la imagen necesaria para el video. Estas localizaciones deberán ser inspeccionadas antes de las grabaciones.

Algunos de los puntos a considerar en una locación son:

- Disponibilidad de energía eléctrica
- Limitaciones de espacio
- Accesos
- Condiciones visuales y auditivas

- Condiciones de Iluminación natural
- Permisos
- Disponibilidad

Seleccionar el talento

Se conoce como talento a modelos, conductores, actores, artistas y locutores que participan activamente dentro de un video. Es recomendable que el recurso humano sea profesional y no improvisado, ya que de su desempeño depende en gran medida el éxito del producto y que éste cumpla con su objetivo.

Desarrollar el plan de producción y “breakdown”

Después de haber seleccionado las locaciones y el talento, se realiza un “plan de producción” y un “breakdown”, que consisten en organizar todos los elementos necesarios para la producción como locaciones, horarios y fechas de llamados al talento y técnicos, equipos técnicos necesarios, transportación, alimentación, vestuarios, maquillaje, peinados y todos los servicios de apoyo.

PRODUCCIÓN

Esta fase comprende básicamente la parte de levantamiento o creación de las imágenes.

Preparativos

El “staff” de producción preparará todos los equipos técnicos necesarios para la filmación. Se harán los llamados necesarios al “staff” y talento.

Iluminación

Es un aspecto muy importante en la producción. Se utiliza para realizar las imágenes en una escena y también para crear un ambiente específico como drama, de noche o día, caliente, frío, suspenso, misterio, entre otros.

Audio directo

Es el que se graba al mismo tiempo que la imagen, por ejemplo, la voz de un conductor, el ruido de una máquina, una conversación, entre otros. Es un elemento vital dentro de una producción.

Maquillaje (“make-up”)

Las responsabilidades del “make-up” son hacer que el talento se vea bien ante la cámara. Su trabajo es aplicar maquillaje, arreglo del cabello, el guardarropa y hacer que el talento se sienta cómodo.

Grabación

Aquí todos los elementos descritos en el “breakdown” se combinan para obtener la imagen grabada.

POST-PRODUCCIÓN

El proceso de post-producción empieza con la captura de las imágenes; la captura consiste en volcar la señal de vídeo captada por una cámara en cinta magnética, o en disco duro, a la estación de trabajo, para su posterior edición. Es uno de los procesos más importantes de la cadena para la elaboración de videos. Es aquí donde se verifica, corrige y arma el trabajo final que lleva muchas horas y dinero, y que en la mayoría de los casos es irreplicable su filmación; es donde deben contar con las herramientas necesarias para desarrollar el arte y creatividad para lograr reflejar la esencia de los objetivos.

“Off-line”

El productor creará un “off-line” del material grabado, lo cual significa que revisará todos los casetes y seleccionará las escenas que utilizará. Creará, entonces, una relación con los códigos de tiempo de las escenas para facilitar el proceso de edición.

Materiales gráficos de apoyo

Se recopilan todos los materiales gráficos como fotografías que se incluirán en el video.

Locución

Con base al guión literario, se llamará al locutor para grabar en la cabina de audio la narración del video que, posteriormente, se incluirá dentro del mismo.

Musicalización

Se seleccionan las piezas musicales y los efectos de sonido que acompañarán al video.

Gráficos

Se elaboran todos los gráficos como subtítulos, textos de apoyo y gráficas que alimentarán el video.

Animaciones

Deben determinarse y aprobarse antes de iniciar con la edición. Una vez que se cuenta con todos estos elementos, se procede con la edición definitiva del video.

FICHA TÉCNICA

Género.- Educativo.

Tipo.- Orientador y de entretenimiento.

Nombre.- Dependiendo del video a proyectarse. Ej. Cuidado del agua.

Objetivo.- Educar, orientar y entretener a los alumnos del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, a fin de promover su desarrollo intelectual.

Público objetivo.- Estudiantado del colegio en edades comprendidas de 12 a 20 años.

Público en general.- Padres de familia o representantes y docentes del establecimiento.

Transmisión.- Coliseo del establecimiento, de acuerdo al plan de trabajo del Departamento de Orientación Vocacional.

Frecuencia.- Se prevé de manera mensual.

Duración.- Cinco minutos.

DIAGRAMA DE LOS VIDEOS EDUCOMUNICACIONALES

Los videos son de género educativo, se elaborarán dependiendo el tema a ejecutar. En el caso del video turístico y del cuidado del agua serán en formato corto, en cambio el video de la historia del colegio se lo elaborará con entrevistas ya que se necesita de personas que hayan laborado allí o que conozcan su creación.

El grupo de estudiantes que participará será de 10 personas de ambos sexos, de acuerdo a la concurrencia a los talleres; los diálogos serán entregados con anterioridad a cada alumno con la finalidad de que lo lea y comprenda. Se trabajará en escenas de prueba para pulir detalles, cada toma se la hará dependiendo del video a abordar, tomando como ejemplo el rodaje. En el caso del video turístico se hará grabaciones en la puerta de ingreso al valle, parque central, iglesia, entre otros sectores.

Habr  diálogos cortos manifestados por los actores o actrices y con frases precisas. En el caso del relato se lo realizará con voz en off y con tomas de paso específicas y captadas con anterioridad, durante el recorrido efectuado a algunos lugares del sector.

El tono de los actores será alegre para llamar la atención de los alumnos, pero con gran responsabilidad. Se insertará música acorde al video y diálogo.

A continuación presentamos tres guiones técnicos para la ejecución de videos educomunicacionales con temáticas de índole social, que servirán de guía para futuras filmaciones que consideren pertinente realizar los docentes abordando contenidos que consten dentro de la malla curricular:

GUIONES TÉCNICOS

VIDEO: CUIDADO DEL AGUA

VIDEO	AUDIO
<p>Exterior día. Tomas de paso de ríos contaminados. ZOOM IN OUT 00:00 a 00:14</p>	<p>Música: Ambiental (el sonido del silencio) (Fade in, se mantiene por 10 seg. Fado ut, se mantiene como fondo)</p>
<p>Exterior día. Estudiantes (mujeres PLANO AMERICANO) en el puente de Vilcabamba van dando su diálogo y pasando una por una hacia la cámara. Termina la toma enfocando al río. (PANEOS Y LUEGO ZOOM IN)</p> <p>00:14 a 00:30 Audio acompañado con imágenes de ríos y cascadas.(IMÁGENS CON ZOOM IN, OUT Y PANEOS)</p> <p>00:30 a 00:47</p>	<p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (FADE IN, se mantiene por 5 seg. FADE OUT, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio Propio: A mí me gusta tomar el agua, agua limpia, agua fresca, agua rica.</p> <p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 4 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: a las otras niñas de nuestra parroquia también les gusta, pero aquí te damos unos consejos para que aprendas a no desperdiciar nuestra agua.</p>
<p>Interior día (MEDIUM SHOT) Estudiante, en cuarto de baño, aseándose los dientes y dando su diálogo. (PLANO DETALLE DE CÓMO SE ASEAR) Termina la toma enfocando el rostro de la alumna mientras se asea los dientes.</p> <p>00:47 a 01:13</p>	<p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: Cuando te laves los dientes utiliza un vaso y no dejes el grifo abierto porque es un gasto innecesario. Puedes ahorrar hasta 10 litros de agua.</p>
<p>Interior día (MEDIUM SHOT). Estudiante, en cuarto de baño, aseándose las manos y lanzando papel higiénico a la taza de baño, ingresa otro estudiante hasta</p>	<p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fadeout, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio Propio: No utilices el inodoro del baño como recipiente de basura para botar papeles y otros</p>

<p>la puerta y dialoga con él, finalmente salen abrazados. 01: 13 a 02.01</p> <p>(LONG SHOT-ZOOM IN). Estudiante (mujer) en cuarto de baño, tomando una ducha, abre la puerta, saca la cabeza y dice su diálogo, 8ZOOM OUT) cierra la puerta y termina la toma 02.01 a 02: 20</p> <p>Interior día (MEDIUM SHOT, CLOUSE UP DE TOMAS DE PASO). Estudiante (mujer) en cuarto de cocina, frente al fregadero lavando la vajilla, da su diálogo mientras continúa realizando la actividad y termina la toma enfocando a la estudiante. 02:20 a 02: 32</p> <p>Interior día (PLANO AMERICANO). Estudiante (hombre) en cuarto de cocina, lavándose las manos en el fregadero, se voltea, da su diálogo y se retira. (ZOOM IN) Termina la toma enfocando al grifo goteando agua. 02:32 a 03: 00</p> <p>Exterior día (LONG SHOT-ZOOM IN) Estudiante (mujer) caminando en un jardín, riega las plantas con una jarra, se mantiene la toma hasta que culmina la actividad, luego da su diálogo mirando a la cámara, termina la toma</p>	<p>objetos.</p> <p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo) Audio propio: Toma duchas cortas y cierra la llave mientras te jabonas y aplicas champú ahorras 15 litros de agua.</p> <p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fadeout, se mantiene como fondo) Audio propio: Remoja y enjuaga todo a la vez. No permitas tener el grifo abierto.</p> <p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fadeout, se mantiene como fondo). Audio propio: Arregla con urgencia las averías de grifos y cañerías. Un grifo que gotea pierde 30 litros de agua diarios.</p> <p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo) Audio propio: Riega solo cuando sea necesario, preferiblemente al anochecer para evitar pérdidas por evaporización. Las plantas de lo agradecerán.</p>
---	--

<p>enfocando las plantas. 03:00a 03: 16</p> <p>Exterior día. (LONG SHOT) Estudiante (mujer) en un jardín en cuclillas cavando un hueco. (ZOOM IN) mira la cámara, da su diálogo (ZOOM OUT) y termina la toma sembrando una planta. 03:16 a 03: 38</p> <p>Audio acompañado de varias tomas de paso de Vilcabamba. 03:38a 03: 59</p> <p>Exterior día. (LONG SHOT) Dos estudiantes (mujeres) sentadas en una roca a orillas del río. (ZOOM IN) inicia una con el diálogo y luego continúa la siguiente, ambas mostrando con las manos el río y la naturaleza que está alrededor de ellas. (ZOOM IN) Termina la toma enfocando al río. 03:59 a 04: 15</p> <p>Exterior día. Misma toma anterior pero desde otro ángulo, con diálogo intercalados entre las estudiantes. Termina la toma enfocando al río. 04:15a 04: 45</p>	<p>Música: Ambiental (Café del mar chillo ut house) (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fadeout, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: Escoge plantas autóctonas para tu jardín y tiestos, consumen menos agua y dan mucho menos trabajo que las plantas exóticas.</p> <p>Música: (Fade in, se mantiene. Crosse fade con Mi de música ambiental y árabe)</p> <p>Voz en off: Los profesores deben animar a sus alumnos para que hablen y estudien el tema del agua, organizando actividades grupales e individuales que permitan que los alumnos entiendan la importancia de no derrochar el líquido vital.</p> <p>Música: Árabe. (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: El agua dulce que podemos utilizar se encuentra en los lagos, ríos y lluvias, debe alcanzarnos para que ninguna persona, planta o animal tengan sed.</p> <p>Audio propio: Para que los animales acuáticos vivan en ella, para regar los campos, usar en las industrias, mantener húmedos los bosques y regar los jardines.</p> <p>Música: Árabe, (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fadeout, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: El agua es un bien preciado, fuente de vida. Hay que pensar que no se puede desperdiciar ni una sola gota.</p>
--	--

VIDEO: TURISMO DE VILCABAMBA

VIDEO	AUDIO
<p>Exterior día. Varias tomas de paso del valle de Vilcabamba. (LONG SHOT CON PANEO Y ZOOM IN OUT) 00:00 a 00:11</p> <p>Audio acompañado de varias tomas de paso de Vilcabamba, destacando el parque central y turistas. (LONG SHOT CON PANEO Y ZOOM IN OUT) 00: 11 a 00:27</p> <p>Exterior día. (LONG SHOT) Estudiantes llegan corriendo desde una de las entradas del parque central de Vilcabamba, y uno va hacia la cámara dando su diálogo, termina la toma enfocando el rostro de una estudiante. 00: 27 a 00:37</p> <p>(LONG SHOT CON PANEO Y ZOOM IN Y OUT) Audio acompañado con varias imágenes de Vilcabamba 00: 37 a 01:03</p> <p>Estudiante dando su diálogo en el parque central de Vilcabamba. (PLANO AMERICANO) 01:03 a 01:11</p>	<p>Música: Marimba de tu corazón, (Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Hola, bienvenidos al hermoso valle de Vilcabamba, un pueblo andino con ríos de aguas nutridas de magnesio y hierro; además conocido a nivel mundial por la larga vida de sus habitantes y por poseer un clima privilegiado que hacen de éste un pequeño paraíso perdido.</p> <p>Música: Marimba de tu corazón. (Fade in, se mantiene por 4 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: Bienvenidos a Vilcabamba.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Ven, acompáñame a recorrer algunos de los lugares más visitados que alberga este hermoso valle, que año a año atrapa a más turistas de todo el mundo.</p> <p>Audio propio: El clima de Vilcabamba es subtropical templado, con un promedio de 20°C.</p> <p>Audio propio: Este pueblo milenario nació el 29 de mayo de 1861.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: Le invito a que visite este hermoso valle con gente alegre que conserva sus tradiciones alrededor de su auténtica comida y celebraciones religiosas.</p>

<p>(LONG SHOT) Fondo de la toma: Iglesia Central, estudiante va caminando hacia la cámara dando su diálogo. 01:11 a 01:18</p> <p>(PANEO- PLANP AMERICANO) Estudiante parada en la vía antigua a Vilcabamba mostrando la puerta de ingreso y la vía panamericana mientras da su diálogo. (ZOOM IN) 01: 18 a 01:21</p> <p>Voz en off, tomas panorámicas de Vilcabamba y del centro de la ciudad. 01: 21 a 01:50</p> <p>(LONG SHOT-PANEO ZOOM IN Y OUT) Audio acompañado de imágenes del parque central, árbol el Huilco, restaurantes de la plaza central, y casas de Vilcabamba antiguo, termina la toma enfocando la iglesia. 01:50 a 02:10</p> <p>Audio acompañado de varias tomas de ancianos caminando. (PLANO AMERICANO) 02: 10 a 02:24</p>	<p>Audio propio: Esta es la puerta de ingreso al pequeño pero hermoso pueblo de la longevidad.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Data el 29 de mayo de 1861. La vía que vemos al fondo fue la única carretera de acceso al centro de Vilcabamba, sin embargo, actualmente cuenta con la carretera panamericana que se conecta con el Oriente ecuatoriano. Para conocer al pueblo hospitalario del valle Vilcabamba, tienes que hacer un paréntesis en el parque central. Allí encontrarás variedad de flores y árboles típicos de nuestro sector como el Huilco de donde se deriva el nombre de Vilcabamba.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz n off: Para complementar encontrarás una gama de restaurantes y hosterías para que sea más placentera tú visita. Las casas a su alrededor mantienen una similitud arquitectónica donde se puede apreciar modelos contemporáneos de Vilcabamba antigua. Acompaña también la iglesia bautizada por el Obispo Hugolino Cerasuolo como “Templo Cristo Luz del Mundo”.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Vilcabamba es conocida como el Valle de la Longevidad porque es la cuna de los más viejecitos. Al caminar por el lugar puedes observar a varias personas de avanzada edad que son muy amables y atentas con los visitantes.</p>
---	--

<p>(MEDIO CLOSE UP) Entrevista en el parque central al adulto mayor señor Humberto Ortega. 02:24 a 02:44</p> <p>(LONG SHOT- PANEO- ZOOM IN Y OUT) Tomas de ancianos fumando el chamico y los tongos de chamico ya fabricados. 02: 44 a 03:10</p> <p>(LONG SHOT) Varios estudiantes caminando por el sendero que conduce al cerro Mandango, uno de ellos da su diálogo mientras camina. La toma termina enfocando al cerro. 03: 10 a 03:15 (LONG SHOT- PANEO-ZOOM IN Y OUT). Varias tomas del cerro Mandango de algunos ángulos. 03: 15 a 03:53</p> <p>(LONG SHOT- PANEO-ZOOM IN Y OUT). Varias tomas de turistas a caballo, cascadas, Parque Podocarpus y animales silvestres. 03: 53 a 04:18</p>	<p>Audio propio: Vilcabamba es muy bonito...</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: La mayoría de los longevos consume una planta natural conocida como "chamico", tabaco típico del sector.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: El cerro Mandango (Templo de adoración) es un lugar que no te lo puedes perder.</p> <p>Voz en off: Está ubicado al occidente del centro de Vilcabamba, con un relieve de 2.034 msnm, es visitado por propios y extraños. Esta caprichosa elevación ha sido siempre el sitio de excursión de curiosos turistas. Para algunos es una dama recostada con unos abultados senos, símbolo de buena fertilidad; para otros es un enorme palacio con paredes inaccesibles con puertas y techado; y, hay unos terceros que lo miran como un gigantesco indio recostado.</p> <p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Otro de los atractivos que invita a visitar este valle es los tours que se realizan al Parque Nacional Podocarpus, cuya extensión es de 146.280 hectáreas. Allí los turistas pueden observar un sinnúmero de cascadas, las Lagunas de los Compadres, más de 2.400 plantas pertenecientes a 70 géneros, 560 especies de aves registradas hasta la fecha y especies en peligro de extinción como el oso de anteojos</p>
---	--

<p>Secuencia de imágenes de Vilcabamba, de varios ángulos, platos típicos y danzas.</p> <p>04: 18 a 04:45</p>	<p>Música: Ambiental (Flautas Andinas). (Fade in, se mantiene por 3 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Le invito a que visite este hermoso valle con gente alegre que conserva sus tradiciones alrededor de su auténtica comida y celebraciones religiosas, que lo convierten en un "paraíso perdido" en las montañas de este bello país Ecuador.</p> <p>Música: ambiental. (Fade in, se mantiene por 8 seg. Fade out)</p>
---	--

VIDEO: HISTORIA DEL COLEGIO

VIDEO	AUDIO
<p style="text-align: center;">Exterior día. (LONG SHOT-PANEO-ZOOM IN Y OUT) Varias tomas de paso del colegio. 00:00 a 00:20</p> <p style="text-align: center;">(LONG SHOT) Secuencia de imágenes del colegio de varios ángulos e imágenes de estudiantes saliendo de clases y de la escuela de Yamburara. 00: 20 a 00:48 (TILD UP) de la Dra. Herrera y placa recordatorio de los propulsores. 00: 48 a 01: 13</p> <p style="text-align: center;">(LONG SHOT) del colegio Nacional Vilcabamba. 01: 13 a 01:25</p>	<p style="text-align: center;">Música: CLOCKS de COLDPLAY (Fade in, se mantiene por 8 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p style="text-align: center;">Voz en off: Los docentes te enseñan cada día temas que te servirán en el futuro, pero qué mejor conocer la historia de tu colegio, lugar donde te estás formando.</p> <p style="text-align: center;">Trataremos de responder la gran interrogante que muchos de ustedes tienen... ¿CÓMO SE CREÓ EL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA?</p> <p style="text-align: center;">Música CLOCKS de COLDPLAY, (Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p style="text-align: center;">Voz en off: La creación del colegio Mixto Vilcabamba se debe a la altruista gestión de la doctora Victoria Herrera, quien fue la propulsora de esta iniciativa nacida en el seno de los moradores de la parroquia Vilcabamba. Se inicia como escuela complementaria del barrio Yamburara, en 1969-1970. En 1971 se convierte en colegio particular por resolución Ministerial 4105, de octubre de 1971 y la doctora Victoria Herrera es su primera rectora.</p> <p style="text-align: center;">Música CLOCKS de COLDPLAY. (Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p style="text-align: center;">Voz en off: Estuvieron junto a la doctora Victoria Herrera, Justo Carpio, Beatriz Castillo, Alfredo Moreno, Rosario Ochoa y la primera reina del colegio Nancy Toledo. Ellos, de una manera patriótica y en forma desinteresada aportaron con bienes y lucharon sin descanso golpeando las puertas del Ministerio de Educación, Dirección Provincial de Educación y más instituciones públicas hasta conseguir que el colegio Nacional Vilcabamba adquiriera la categoría de fiscal. En 1973, mediante resolución Ministerial número 887, publicada en el Registro Oficial número 365 del 8 de octubre de 1973, se logra el objetivo.</p> <p style="text-align: center;">Voz en off: Es justo reconocer la labor</p>

<p>(MEDIUM SHOT) Entrevista al primer conserje de la institución, señor Antonio Ortega. 01:25 a 01:30</p> <p>(LONG SHOT-PANEO) Tomas de paso del colegio y docentes</p> <p>(MEDIUM SHOT) Entrevista al Ing. Manuel Guamán, rector encargado período 2010 – 2011 01:30a 01:45</p> <p>(LONG SHOT-ZOOM IN Y OUT) con tomas de algunos docentes que formaron la planta docente en ese entonces. 01:40 a 02:00</p>	<p>abnegada y desinteresada de los profesores que formaron la primera planta docente. Rectores: Ing. Luis Pineda, Ing. Víctor Hugo Samaniego y Lic. Miguel Ángel Quinche; docentes: Lic. Luis Moreno y Lic. Patricio Aldeán. Profesores contratados: Lic. Hulvio Mendoza, Lic. Angélica Bravo, Lic. Paula Capa y Lic. Dora Aguilera. Conserje fue el señor Antonio Ortega.</p> <p>Música CLOCKS de COLDPLAY. Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Háblenos sobre la historia del colegio desde sus inicios hasta el día en que usted se jubiló.</p> <p>Audio propio: Antonio Ortega.....</p> <p>Música CLOCKS de COLDPLAY. Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: En el período 1975–1976 ingresaron como profesores contratados el Lic. José González, Lic. Ruth Pinta, Ing. Vicente Sagbay, quienes lograron conseguir sus respectivos nombramientos. También, bajo requerimiento administrativo, pasa a desempeñar las funciones de colectora la señora Josefina Toledo y secretaria la señorita Gloria Maldonado.</p> <p>En la administración del Lic. Miguel Ángel Quinche se logra el contrato para la construcción de un bloque de aulas de estructura metálica, bajo la ayuda del Consejo Provincial, la DINACE y los padres de familia. También fue levantado un local para el bar.</p> <p>Música: CLOCKS de COLDPLAY. Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Audio propio: Rector....</p>
---	--

<p>(PANEOS) del bloque de aulas. 02:00 a 02:21</p> <p>(PANEOS) de estudiantes dentro de la institución. 02:21 a 03:00 (PANEOS) del bloque número dos. 03:00 a 03:50</p> <p>Voz en off, Paneos de estudiantes dentro de la institución de las secciones diurna y nocturna, varias tomas de paso de los alumnos realizando actividades educativas. 03:50 a 04:30</p>	<p>Música: CLOCKS de COLDPLAY. Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: En sus inicios, el número de estudiantes fue muy reducido. Posteriormente, el establecimiento empieza a recibir gran afluencia de alumnos de toda la parroquia. El colegio funcionaba solo con el ciclo básico, en sus secciones diurna y nocturna. En 1976 se creó el ciclo diversificado con las especialidades Físico- Matemática y Químico- Biológicas, en la sección diurna, y Físico- Matemática y Ciencias Sociales en la jornada nocturna. Luego, se creó la especialidad Contabilidad. La primera promoción en la especialidad Humanidades Modernas egresó en el período lectivo 1979- 1980.</p> <p>Voz en off: El Dr. Efrén Ludeña, con la colaboración de Predesur y el apoyo del diputado Duman Rey Trelles, quien consiguió una partida extrapresupuestaria del Congreso Nacional, y el apoyo de la DINACE, inició la construcción de un bloque de hormigón armado de dos plantas destinadas para el uso de la administración y laboratorios. Esta obra fue levantada y puesta en funcionamiento en 1988. En la primera planta funcionan el rectorado, vicerrectorado, colectoría y secretaría; en la segunda planta, los laboratorios y bibliotecas.</p> <p>Música: CLOCKS de COLDPLAY. Fade in, se mantiene por 6 seg. Fade out, se mantiene como fondo)</p> <p>Voz en off: Actualmente, el rector del colegio es el Ing. Manuel Guamán. Su administración se encuentra concluyendo la tercera planta, bloque número dos destinado para aulas, ello debido al crecimiento de su estudiantado. Cabe recalcar que al inicio el colegio contó con alrededor de 30 alumnos y en este período 2010- 2011 están matriculados 509 alumnos, en la sección diurna, y 148 alumnos de la nocturna.</p> <p>Voz en off: Esperamos haber despejado</p>
--	---

	<p>todas tus dudas acerca de cómo nació el colegio Nacional Mixto Vilcabamba. Comenta de esto a tus padres, hermanos y amigos para que también lo conozcan.</p> <p>Recuerda que al pasar los años tú también pasarás a formar parte de la historia.</p>
--	---

CAMPAÑA PARA LA PROMOCIÓN DEL PROYECTO
AFICHE PARA INCENTIVAR A LOS ALUMNOS DEL COLEGIO
NACIONAL MIXTO VILCABAMBA



EDUCOMUNICACIÓN

**¿TE INTERESA CONOCER MÁS
ACERCA DE LA TV?**

Los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja te invitan a formar parte del proyecto Educomunicacional. Se realizarán 3 videos educativos con diferentes temáticas. Será dentro de la parroquia Vilcabamba.

PERO, ¿CONOCES QUÉ SON LOS VIDEOS EDUCOMUNICACIONALES?

Aquí te explicamos. Son la interacción de la comunicación en la educación, incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar", en el contexto de la utilización de los medios de comunicación.

Los estudiantes interesados pueden inscribirse en la oficina de Orientación Vocacional. El cupo es limitado.

A los alumnos inscritos se les facilitará talleres gratuitos de actuación, realización de guiones televisivos, filmaciones y manejo de cámara.



OCTAVILLAS REPARTIDAS EN CADA PARALELO DEL COLEGIO



Los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja te invitan a formar parte del proyecto Educomunicacional. Se realizarán 3 videos educativos con diferentes temáticas. Será dentro de la parroquia Vilcabamba.

PERO, ¿CONOCES QUÉ SON VIDEOS EDUCATIVOS?

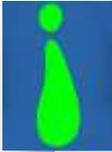
Aquí te explicamos. Son la interacción de la comunicación en la educación, incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar", en el contexto de la utilización de los medios de comunicación.

Los estudiantes interesados pueden inscribirse en la oficina de Orientación Vocacional. El cupo es limitado.

A los estudiantes inscritos se les facilitará talleres gratuitos de actuación, realización de guiones televisivos, filmaciones y manejo de cámaras.



AFICHE PARA DAR INICIO A LOS TALLERES



OJO, A LOS INSCRITOS A LOS TALLERES DE ACTUACIÓN Y
MANEJO DE CÁMARA.

ATENCIÓN

A los estudiantes que se inscribieron para formar parte de la ejecución de 3 videos educativos, con diferentes temáticas, dentro de la parroquia Vilcabamba...

SE LES INFORMA

Que los talleres de actuación, realización de guiones televisivos, filmaciones y manejo de cámara se impartirán los días **miércoles 15, jueves 16 y viernes 17** de enero de 2012, de 15:00 a 17:30, en el coliseo del establecimiento.

NOTA: Los interesados pueden llevar al taller filmadora.



FOLLETO ENTREGADO A CADA ALUMNO INSCRITO AL TALLER



TALLER EDUCOMUNICACIONAL

TEMÁTICAS:

MIÉRCOLES 15 DE ENERO

- **EJERCICIOS DE RESPIRACIÓN**
- **VOCALIZACIÓN**

JUEVES 16 DE ENERO

- **MANEJO DE CÁMARA DE VIDEO**
- **CÓMO HACER GUIONES TELEVISIVOS**

VIERNES 17 DE ENERO

- **CÓMO APRENDER A ACTUAR**



MANEJO DE CÁMARA DE VIDEO

PREVIO A LA GRABACIÓN

- Antes que nada, debe relajarse y hacerlo con responsabilidad.

GRABANDO EL VIDEO

INTRODUCCIÓN DEL VIDEO

En esta parte del video debe tener en cuenta lo que se verá: una boda, un cumpleaños, una graduación, un fin de semana en la playa, y también quiénes son los protagonistas: familia, pareja, amigos, compañeros, colegas, entre otros.

Según sea el caso, podrá incluir presentaciones de cada persona.

Una buena manera de hacer esta introducción es recoger un plano general del lugar del evento, luego uno del grupo y después ir cerrando la imagen lentamente en los rostros de las personas al presentarse.

Siempre es bueno jugar con su creatividad y toque personal.

MOSTRANDO UN LUGAR

La mejor manera de hacerlo es que una persona se encuentre siempre delante de la cámara relatando lo que vemos (no las obviedades,

claro) o los detalles que puedan ser interesantes para el televidente. Puede ser alguna celebridad que se haya alojado en el hotel, algún dato curioso de la construcción, un detalle visual que no pueda apreciarse más que en persona.

ENTREVISTAS

Hacer que una persona se sienta frente a una cámara y comience a narrar su vivencia en el momento no es nada fácil, pero si se relaja y disfruta de la experiencia, seguro que lo logrará.

Este es un buen momento para que sean sensibles, emotivos y sinceros.

SALUDOS FINALES

Puede estar o no, pero siempre debe ser optimista y alegre. En caso que el saludo sea reemplazado por un compilado de fotos o algo así, también deberá mostrar la alegría del evento, motivo del video resumido en imágenes y música.

TIPS BÁSICOS SOBRE EL MANEJO DE LA CÁMARA DE VIDEO

- Quien maneje la cámara solo debe hacer eso. Evite hablar si le han designado este trabajo y si desea que el video quede de un estilo “profesional”. Su tarea es controlar que el

sonido, la luz y los indicadores de la cámara estén funcionando a la perfección y que la persona que esté frente a ella salga bien.

- Los ángulos son importantes y los espacios de “aire” alrededor de una persona también. Evite cortar los pies y mostrar un gran espacio sobre la cabeza cuando haga una toma de quien habla frente a la cámara.

- Si interactúa desde afuera de cámara con la persona que está siendo grabada no “pise” su voz con comentarios suyos. Recuerde que las cámaras personales tienen el micrófono incorporado y se escuchará su voz y no la de ella. Respeten los turnos para hablar.

- En lo posible, que las personas que estén frente a la cámara eviten los movimientos bruscos, ya que la lente no capta los movimientos tan rápidamente como nuestros ojos. Obviamente esto corre para entrevistas o actividades “tranquilas” y no para la grabación de un evento deportivo.

- Si es de día no se ponga frente a ventanas que reflejen mucha luz. Quien esté frente a la cámara se verá como un manchón oscuro. Según sea el caso, quizás será mejor oscurecer la habitación cerrando las cortinas y encendiendo las luces.

- Apague la radio, televisores o cualquier instrumento que haga ruidos molestos. También evite a las mascotas que sean inoportunas para la grabación.

- Lo ideal es que cuente con un trípode, pero si no tiene trate de encontrar un punto de apoyo fijo para captar la toma. Pueden ser libros apilados, algún mueble, entre otros.
- Nadie debe mascar chicle frente o en la operación de la cámara.
- Cuidar que la persona entrevistada no se siente en sillas o sillones ruidosos, ya que ese sonido molesto saldrá en la grabación.
- Tenga en cuenta la apariencia de quien esté frente a la cámara. No tiene que lucir como estrella de cine, pero sí estar convenientemente presentado.

CONSEJOS INFALIBLES PARA LA GRABACIÓN DE VIDEOS

1. Con lápiz y papel apunte todos los aspectos que quiera que aparezcan en su video y organice los temas, según su importancia.
2. Después lea el listado, o trate de decirlo de memoria, intentando explicar cada uno de los temas. Así obtendrá las ideas principales y secundarias.
3. Si va a salir en el video, busque un fondo claro o acorde con el tema que quiera tratar, por ejemplo, para hablar de computación trate de que haya algún computador a su lado.

4. Vístase de forma adecuada al tema que va a tratar.
5. Utilice el foco manual si su cámara lo tiene.
6. Ajuste el balance de blancos de acuerdo al tipo de iluminación.
7. Cuando haga sus tiros en exteriores mantenga el sol detrás de usted y utilice reflectores de relleno en su toma.
8. Planee sus tiros con anticipación, el video se hace visualizando e imaginando su escena y no grabe hasta que no sepa qué va a hacer.
9. Si va a hacer tomas a manos libres, imagine que su cámara es una taza llena de café.
10. Utilice el zoom para encuadrar de acuerdo a la importancia de la toma, evite hacer zoom en medio de su toma.
11. Mueva su cámara solo lo necesario.
12. Haga su toma pensando en la edición. Empiece la grabación unos segundos antes de la acción, detenga la grabación unos segundos después.
13. Mantenga una bitácora de su toma, marque la toma buena y las malas antes de editar.
14. Mantenga las tomas lo más cortas posible, de 6 a 10 segundos.
15. Marque sus tomas de inserto en su bitácora, le serán muy útiles en la edición.

16. Mantenga un promedio de tiempo igual entre todas sus tomas, de 6 a 10 segundos.

17. Mantenga una panorámica o toma abierta "full shot" sin panear o hacer zoom al menos 10 segundos.

18. Mientras filme, manténgase tan inadvertido como le sea posible para capturar el verdadero comportamiento de sus sujetos.

19. Haga una selección de la mejor toma que haya captado en el viaje o evento que desee mostrar y guarde las demás.

20. ¿Ha pensado a quién va dirigida su muestra? ¿A su familia? ¿A sus amigos? Dependiendo del público, es posible que tenga que seleccionar las tomas.

21. Cuando está enseñando sus tomas, está contando su viaje. Ordénelas. Asegúrese de que la manera en que van apareciendo por pantalla tiene un sentido.

22. Si está desarrollando un video con imágenes, no hable en la presentación. No maree a su audiencia. Deje que sus fotos hablen por sí.

23. Cambie el sonido de su voz de fondo por una música agradable que combine bien con las imágenes que está mostrando.

24. No alargue en exceso la presentación. Si ha elegido bien las tomas, las transiciones y la música de fondo, con un video que dure entre 5 y 10 minutos conseguirá que su audiencia pida más.

ELEMENTOS NECESARIOS

Cámara (de video, de fotos que grabe video, entre otros)

Trípode. Es lo ideal, a falta de este instrumento busque algo que le permita mantener fija la imagen.

Que haya predisposición suya y de los que participen en el video.

ÁNGULOS DE TOMAS

Las más usadas por los camarógrafos son:

PICADO

Se toma desde arriba hacia abajo en forma oblicua, generalmente es una toma abierta y descriptiva, a veces indica soledad al tomar a una sola persona o cosa.

CONTRAPICADO

Se toma de abajo hacia arriba. Da sensación de grandeza, profundidad y dominio.

CONTRAPLANO

Se usa cuando se capta un protagonista principal de espaldas a la cámara.

VISTA DE PÁJARO

Es una aérea de arriba hacia abajo en forma vertical.

ÁNGULO NORMAL

La toma es directa en forma horizontal, da sensación de igualdad y es el más usado.

VISTA DE GUSANO

Tomas de abajo hacia arriba en forma vertical

CÓMO HACER GUIONES TELEVISIVOS

EL GUIÓN LITERARIO: Narración ordenada de la historia que será llevada a imágenes. Como toda narración exhibirá el argumento, sus personajes, diálogos, situaciones, entre otros, sin ninguna precisión técnica, pero utilizando el lenguaje cinematográfico. En otras palabras, pensado para ser contado en audiovisual, por lo tanto, evitará toda metáfora o exposición literaria que no pueda ser llevada a imágenes. Por ejemplo, “Su mirada exhibía el dolor por la juventud perdida”.

EL GUIÓN TÉCNICO: Guión que agrega al literario la descripción técnica de planos, tomas, luz, lugar, entre otros. Es el planteamiento gráfico de la

narración, junto a los diálogos. Será más o menos detallado de acuerdo al estilo del guionista, o si el guionista es el mismo director “guión de hierro” o “guión flexible”, de acuerdo a las diferentes teorías.

En este guión, la narración audiovisual será presentada en diferentes unidades: Plano, Escena y Secuencia.

EJEMPLOS

GUIÓN TÉCNICO

Nº de Plano	Vídeo	Audio	Tiempo del plano	Tiempo total
42	P.G. EXTERIOR DÍA Un coche deportivo rojo avanza solitario por una carretera sobre un paisaje pelado. El coche avanza hacia la cámara y la rebasa.	Motivo musical indicador del programa fundiéndose con ruido creciente del motor del coche.	10"	6' 10"

GUIÓN LITERARIO

Secuencia 1 (La llegada)

Escena 1

Ext. Puerta principal de una casa. Noche.

Fachada de una casa parcialmente iluminada.

(Sonido urbano y ambiental)

Patrón llegando del trabajo saca las llaves, busca entre ellas la de la puerta y la introduce en el cerrojo.

(Sonido de suspiro)

PATRÓN

Se ve cansado.

Escena 2

Int. Recibidor. Noche.

Ambiente silencioso, luz encendida.

CÓMO APRENDER A ACTUAR

Instrucciones

- Ver películas. Allí se dará cuenta de cómo los actores profesionales desempeñan un papel y cómo usan sus cuerpos, voces y expresiones faciales para retratar a un personaje. Estudio de películas que ganaron el mejor actor de reparto o el premio a la mejor actriz de la Academia. Observar y tomar notas sobre cómo estos actores juegan cada función. Un buen actor hace todo, cada movimiento del cuerpo, pausar o buscar con un propósito.

Puede usar las sutilezas actorales tales como

- Visite el teatro. Teatro en vivo requiere de actores que tienen presencia en el escenario, una voz poderosa y gestos exagerados. Es un tipo completamente diferente de la realización

de la actuación en pantalla. Los buenos actores salen al escenario y la pantalla actuando bien y aportan elementos de ambos estilos para sus actuaciones.

- No hay sustituto para la práctica. Repase frente al espejo. Usted puede grabar también cintas de video de sus actuaciones para su posterior revisión.

SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD

La presente propuesta es sustentable porque ofrece una gama de géneros y formatos periodísticos idóneos para captar al público objetivo y/o meta. Además tiene una planificación detallada de las actividades a ejecutarse. Cuenta con el apoyo de los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba, quienes han asumido el compromiso de participar dentro de la iniciativa.

Del mismo modo, la propuesta ha sido elaborada en base a las opiniones recogidas tanto de los alumnos, docentes y padres de familia y de expertos en producción de video.

Vale destacar que la difusión de los videos se realizará a partir del nuevo período académico. La dependencia autorizada para proyectarlos es el Departamento de Orientación Vocacional.

Para lograr la sustentabilidad se ha conversado con el rector del establecimiento educativo, inspectores generales, cuerpo docente y padres de familia, quienes consideran estratégica esta propuesta y por consiguiente la considerarán. Se dará la sostenibilidad de la propuesta bajo el total financiamiento de los autores de la presente tesis.

PRESUPUESTO

TALENTO HUMANO

- Autores de la tesis
- Estudiantes del Colegio nacional Mixto Vilcabamba
- Profesores y autoridades del Colegio Vilcabamba
- Padres de familia del Colegio Vilcabamba
- Expositores

RECURSOS TÉCNICOS

- Equipo de producción digital de video
- Isla de edición digital de video
- Trípode
- Baterías, discos compactos para la filmadora
- Computadora e internet
- Material de escritorio (tinta, papel, esferos..)
- Transporte

- Grabadora
- Cartuchos

FINANCIAMIENTO

El presupuesto estipulado para el desarrollo de la propuesta de realizar 3 videos educativos y charlas en el Colegio de Vilcabamba, es de 2 mil 783 dólares con veinte y cinco centavo. Distribuidos de la siguiente manera:

UNIDAD	COSTE TOTAL
RECURSOS HUMANOS	\$562.00
RECURSOS TÉCNICOS	\$970.00
RECURSOS MATERIALES	\$1118.25
SUBTOTAL	\$2650.25
IMPREVISTOS	\$133.00
TOTAL	\$2783.25

CRONOGRAMA

ACTIVIDAD 2011- 2012	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	SEMANAS															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA				X												
EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA							X	X								
DESARROLLO DE TALLER											X					
ELECCIÓN DEL ELENCO											X					
PREPRODUCCIÓN												X				
GRABACIÓN DE LOS VIDEOS												X				
EDICIÓN DE LOS VIDEOS													X			
PRESENTACIÓN DE VIDEOS															X	X

j. BIBLIOGRAFÍA

- Guía Profesional de Loja (CETUR) 3ra Edición Pág. 16 – 17. Loja – Ecuador. 2006.
- PICOÍTA J. Presidente de la Junta Parroquial de Vilcabamba, archivo de la “CREACIÓN DE VILCABAMBA”, DEL 23 de abril de 2006.
- VÁSQUEZ B. “VILCABAMBA FANTASÍA O REALIDAD”, 1ra Edición, Pág. 25 – 26 Loja – Ecuador.

PÁGINAS WEB

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. 28 de septiembre de 2008; consultada en:
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf. 5 de abril, 2011. 22:30.
- GARCIA MANTILLA, A, “EDUCOMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI”, informe marco, Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid 2002. Disponible en:
http://www.uned.es/ntedu/asignatu/7_Agutin_G_Mantilla1.html, 2 de abril, 2011, 18:19.
- http://www.exploringecuador.com/espanol/sp_ar_guia_naturista_vilcabamba.htm, 02 de abril, 2011, 17:24.

- http://www.uned.es/ntedu/asignatu/7_Agutin_G_Mantillal1.html, 02 de abril, 18:23.
- LÓPEZ AYLLÓN, “LA EDUCACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN”. Ediciones Paulinas. Buenos Aires, 1999. Disponible en:
<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=35>. 02 de abril, 2011, 18:32.
- Parroquia de Vilcabamba industria, y sitios turísticos, consultados en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Vilcabamba_%28Ecuador%29, 02 de abril, 2011, 16:21.
- www.derechoecuador.com, 95 de junio, 2011, 19:58.
- www.asambleanacional.gov.ec: Proyecto de Ley de Comunicación, 05 de junio, 2011, 20:09.

k. ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA”

AUTORES:

SILVANA ELIZABETH PERALTA CARPIO

DARWIN G. VALAREZO LOZADA

Loja-Ecuador

2011

a. TEMA:

“INCIDENCIA DE FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL VIDEO EDUCOMUNICACIONAL EN SUS DIMENSIONES TÉCNICA, EXPRESIVA Y DIDÁCTICA, ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO VILCABAMBA, DE LA PARROQUIA DEL MISMO NOMBRE DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA EN EL AÑO ACADÉMICO 2010-2011.- PROPUESTA ALTERNATIVA”

b. PROBLEMATIZACIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

Para el desarrollo de nuestro tema investigativo el escenario considerado es el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia Vilcabamba, Cantón Loja, Provincia de Loja.

El colegio al cual hacemos mención fue creado gracias a la altruista gestión de la doctora Victoria Herrera quien fue la propulsora de esta iniciativa nacida en los moradores de la parroquia de Vilcabamba. A su inicio formaba parte de una escuela complementaria del barrio Yamburara en los años de 1969- 1970. Pero en el año de 1971 se convierte en Colegio particular por resolución Ministerial 4105 de octubre de 1971 y la doctora Victoria Herrera es su primera rectora.

Estuvieron junto a la doctora Herrera, las siguientes personas: Justo Carpio, Beatriz Castillo, Alfredo Moreno, Rosario Ochoa y la primera reina del colegio Nancy Toledo, que de una manera patriótica en forma desinteresada aportaron con bienes y lucharon sin descanso golpeando las puertas del Ministerio de Educación, Dirección Provincial de Educación y más instituciones públicas hasta conseguir la nacionalización del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba en 1973 mediante resolución Ministerial número 887 que se encuentra publicada en el registro oficial número 365 del 8 de octubre de 1973.

En su inicio el número de estudiantes era muy reducido, posteriormente comienzan a tener una gran afluencia de alumnos de todos los lugares de la parroquia. El colegio funcionaba solo con el ciclo básico sección diurna y nocturna; pero desde 1976 crearon el ciclo diversificado con las especialidades de Físico- Matemáticos y Químico – Biológicos en la sección diurna y Físico- Matemáticas y Ciencias Sociales en la sección nocturna. Posteriormente se creó la especialidad de Contabilidad. La primera promoción de especialidad en Humanidades Modernas fue en el periodo lectivo 1979- 1980.

El colegio Nacional Mixto Vilcabamba desde su origen ha tenido amplias proyecciones y apoyo por parte de las autoridades de ese entonces quienes ayudaron con la creación de bloques, que fueron destinados para la parte administrativa y académica.

Actualmente el colegio se encuentra dirigido por el Ing. Manuel Guamán y en su administración ha logrado un presupuesto para la creación de la tercera planta en el bloque número dos destinado para laboratorios de física, química e informática. Durante este periodo 2010- 2011 se encuentran matriculados 657 alumnos, 286 del ciclo básico y 223 del ciclo diversificado sección diurna y 148 alumnos, 71 en el básico y 77 en el diversificado de la sección nocturna

El colegio Nacional Mixto Vilcabamba se encuentra ubicado en la parte Nor-Este a 400 metros del parque central de la Parroquia de Vilcabamba

en la vía que conduce al Barrio Yamburara perteneciente a la parroquia antes mencionada.

El Valle de Vilcabamba está ubicado a 40 kilómetros aproximadamente de la ciudad de Loja; es un pueblo andino que está regado con dos ríos visibles Chamba y Uchima, sus aguas son nutridas de magnesio y hierro, es famosa por albergar habitantes de larga vida y por su clima privilegiado templado-seco que oscila en 19 grados centígrados, sus noches despejadas y su vegetación exuberante, son las bondades que hacen de este pequeño valle un paraíso encantador, un punto de encuentro para turistas de todo el mundo.

Con la fundación de Loja se incentivan nuevas fundaciones en el Sur-este y el sur lojano, entre ellas la parroquia de Vilcabamba, es así que el 1 de septiembre de 1576 fue fundada esta paradisiaca tierra por el español Luis Hernando de la Vega. La parroquialización se data el 29 de mayo de 1861 de acuerdo a la Ley de división territorial del Ecuador expedida el 29 de mayo de 1861 en la Convención Nacional.¹⁵

Cada año los vilcabambenses hacen gala de estas fechas con varias actividades que atraen una gran afluencia de personas de diversos sectores de la provincia de Loja e incluso de afuera. En la actualidad tiene una población de 5 mil 200 habitantes, una superficie de 158.50

¹⁵Guía Profesional de Loja (CETUR) Pag. 16-17/ Picoíta José, Presidente de la Junta Parroquial de Vilcabamba, archivo de 23 de abril de 2006.

kilómetros cuadrados, se encuentra conformado por 5 barrios urbanos, y 14 rurales y por los caseríos de Calamaco, Guatuche, El Sauce, cuenta con el hospital KokichiOtani, un Centro Gerontológico INAGER para estudios científicos de ancianos, 13 escuelas mixtas, un Colegio (Nacional Mixto Vilcabamba), una Iglesia, el Centro Recreacional 'Yamburara', "Casa Comunal", dos parques, etcétera.

Según la mitología, Vilcabamba surge de dos significados **Vilca** significa huilco (wilco) que es el nombre de un árbol (Anadenantheracolubrina) con propiedades alucinógenas que los incas y otras tribus que habitaron lo consideraban mágico y sagrado. **Bamba** figura en la segunda acepción como pampa. Esto confluye al nombre de Vilcabamba como "Valle del árbol sagrado". Cabe mencionar que el árbol está casi extinto a excepción de algunas reservas en la zona.

Otra característica de este pueblo de longevos es el consumo de una planta natural conocida como "chamico", el producto es consumido y vendido a libre albedrío. Por sus dotes cálidas en cuanto a su gente y clima este pueblo alberga desde años atrás a varios extranjeros de diferentes partes del mundo, algunos incluso tienen grandes extensiones de terreno y otros simplemente llegan a disfrutar de los parajes del sector. Vilcabamba es uno de los pocos pueblos que aloja a bastantes extranjeros y por ende sus terrenos, casas, el hospedaje, alimentación y convivir es costoso.

El valle de Vilcabamba limita al norte con la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, al Sur con las parroquias de Yangana y Quinara, al este con la Provincia de Zamora Chinchipe (por medio de la cordillera oriental de los Andes, y al Oeste con el Cantón Quilanga. Por su clima subtropical-templado la producción está vinculada al quehacer agropecuario y turístico, los agricultores vilcabambenses producen en la tierra papayas, plátanos, chirimoyas, naranjas, mandarinas, café, aguacate, limón dulce y agrio, caña, etcétera. El sector ganadero: mantiene ganado para carne, mayor y menor, derivados de la leche. Pocas son las industrias que sobresalen en este lugar entre las cuales señalamos, las empresas Vilca Vida y Las Rocas. El turismo también es una industria muy productiva en el lugar, utilizada por propios y extraños.¹⁶

La industria autóctona que ha prevalecido, es la industrialización de la caña de azúcar, para la elaboración de panela y la destilación del aguardiente, productos que son utilizados no solo para el consumo del lugar sino también de exportación. También en pequeña escala se ha industrializado el tabaco, elaborando el chamico para los fumadores. Además se prepara la arcilla, para confeccionar adobes, tejas y ladrillo que son utilizados en la construcción de las viviendas.

La parroquia en mención cuenta con la cobertura de servicios básicos como: Vías de primer, segundo y tercer orden, electricidad, agua de

¹⁶VÁSQUEZ Bolívar, VILCABAMBA FANTASÍA O REALIDAD, 1ra Edición, Pag. 25-26. 2009 Loja-Ecuador.

consumo humano “tratada”, internet, telefonía móvil y fija, televisión por cable, diferentes categorías de hosterías, hoteles, cabañas, restaurantes, cafeterías, alcantarillado, entre otros. En cuanto a organización social es de destacar, las Juntas Parroquiales, clubes deportivos, culturales, ecológicos; entre otros.

En esta parroquia es donde se realizará el presente estudio de investigación, específicamente a los estudiantes, hombres y mujeres, del nivel básico y diversificado del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

SITUACIÓN ACTUAL DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

La Universidad Nacional de Loja mantiene profundos fundamentos, que son un baluarte, escrito con letras impregnadas, imborrables y con excelencia; para llegar a ser excelente es necesario tomar conciencia, re-inventar, los estadios de la persona, como pueblo, como nación, como nacionalidad; lo mencionado es un reflejo de la sociedad. El presente trabajo sitúa a un problema consustancial con el momento histórico que se vive.

Los responsables de esta investigación, profesionales en Comunicación Social, pretenden a través del desarrollo y manejo de la educomunicación (video educativo), llegar a niveles donde los estudiantes que asisten al salón de clase, tengan un mejor nivel crítico, dejando a un lado el sistema mantenido en la educación lojana. A los alumnos se los mantiene todavía

en la atención, más no en manejar los temas entendiendo el o los mensajes educativos impartidos por los docentes, coadyuvando al desarrollo del análisis.

“Estos inconvenientes son visualizados en la educación ecuatoriana en general, la Región Sur del Ecuador no está al margen, son los factores idiosincrásicos y económicos los que no permiten mejorar el sistema”.

Sostienen algunos representantes de la vieja teoría de la comunicación a la ley rigiendo también en el proceso comunicativo. Y tienen sus razones. Cuando se emite un mensaje denso, que consta con términos abstractos, desconocidos, poco familiares y de frases intrincadas, difíciles de seguir, lo más ordinario es no atenderlo: esto porque demanda de mucho esfuerzo. Uno de estos investigadores llega a sentenciar que "el éxito o eficacia de una comunicación está en proporción inversa al esfuerzo que demanda": a menor esfuerzo mayor éxito y viceversa.

La educomunicación debería establecerse en un territorio imprescindible para la adquisición y confrontación de conocimientos. Es conocido que todo aprendizaje se adquiere desde un pensamiento crítico. Es necesario llegar a creer que la información y la comunicación generan por sí mismas conocimientos, influyendo decisivamente en los conocimientos que adquieran nuevas promociones estudiantiles.

Según Agustín García Matilla se aspira dotar a las personas de las competencias expresivas imprescindibles formar con un normal

desenvolvimiento comunicativo y en el desarrollo de su creatividad. La educomunicación permite: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos manejados por los medios y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación. De alguna manera se habla de compensar la falta de elementos siendo para el desarrollo de un pensamiento crítico existente en los diferentes niveles curriculares.

Por ende, los Educomunicadores, Comunicadores Sociales en lo concerniente a los signos y códigos empleados en el proceso de enseñanza aprendizaje deben en la medida de lo posible adoptar, no solo adaptar.

En Ecuador no se ha visto la necesidad de implementar procesos educomunicacionales destacados que hagan hincapié en recursos pedagógicos, sustentados en las TIC's. Este es el caso estudiado preliminarmente en la parroquia Vilcabamba; como consecuencia de ello los investigadores del presente han ubicado este problema para establecer un diagnóstico educomunicacional, tendiente a solucionarlo mediante una propuesta alternativa.

En el proceso indicado se debería vincular a los componentes de la educación como Docentes-Discentes y Padres de Familia de la parroquia Vilcabamba, interesados en mejorar el nivel de enseñanza-aprendizaje.

Es menester decir que los futuros profesionales de la comunicación social, deben conocer y manejar herramientas como las señaladas, a efecto de que puedan realizar, viabilizar y sustentar proyectos que ayuden en la promoción y difusión de productos comunicacionales (corto y largo metrajes, reportajes, documentales e inclusive películas) que aborden temáticas educativas e informativas; basadas en hechos, sucesos y eventos reales; buscando factores sustentados en los inconvenientes encontrados en los estudiantes y manejando los valores que ya no son tomados con la misma importancia.

Con lo dicho, se propondrá I-C-D17 productos comunicacionales, para desarrollar, conseguir y aplicar nuestras habilidades y destrezas en el proceso de elaboración de videos educativos manejando la preproducción, producción y post-producción, viable desde todo punto de vista, para ser empleados en la jornada de clase en el Colegio Nacional Mixto Vilcabamba.

Como se ha evidenciado en la investigación preliminar, efectuada por las proponentes, se ha puesto de manifiesto que una gran mayoría los docentes del Colegio no usan recursos pedagógicos respaldados en las TIC's, en sus jornadas de clase, menos aún, el uso de productos comunicacionales realizados en el mismo sitio, correspondiendo al

17 I-C-D: investigar, construir y difundir

entorno específico de la jurisdicción; es decir, no se han realizado “Video Educomunicacional”, con temáticas de la zona como:

#	TEMA:	SUB-TEMA	OBJETIVO
1	Salud sexual adolescente	El embarazo en adolescentes y método anticonceptivos.	Enseñar a los jóvenes lo atinente a paternidad responsable y utilización de anticonceptivos.
2	Drogadicción	Prevención del consumo de drogas	Demostrar las acciones negativas que tiene el consumo de drogas.
3	Alcoholismo	Prevención del consumo de alcohol	Sensibilizar a los jóvenes acerca de los problemas que acarrear los efectos del alcohol en el organismo.
4	Turismo	Lugares turísticos del sector	Promover el turismo en la Parroquia de Vilcabamba
5	Ecología	Uso adecuado del agua	Concienciar entre los estudiantes del colegio, la importancia del cuidado del recurso vital, el agua.

Es por ello que el presente trabajo de investigación toma cuerpo, se sustenta en un real y cabal objeto de investigación, cuando se visualiza, desde este último modelo, el hecho de construir productos educomunicacionales (video), producidos por jóvenes para jóvenes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia de su mismo nombre, perteneciente al Cantón y Provincia de Loja.

PROBLEMA PRINCIPAL.-

¿Cómo inciden los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja?

PROBLEMA DERIVADOS

PROBLEMAS DERIVADO UNO

¿Estudiar la afectación de los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja?

PROBLEMA DERIVADO DOS

¿Cuáles son los niveles de incidencia en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja?

PROBLEMA DERIVADO TRES

¿Cuál sería la propuesta alternativa idónea, en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y

didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre, del Cantón y Provincia de Loja?

c. JUSTIFICACIÓN

En lo Académico

Al egresar de la carrera de Comunicación Social, el estudiante se encuentra en la capacidad y responsabilidad de investigar de una manera exhausta y profunda los diferentes problemas sociales que ocurren en la comunidad, para de esta manera tratar de contribuir a la solución de los mismos, teniendo como base y a su vez aplicando todos y cada uno de los conocimientos adquiridos en la educación durante el período universitario.

Una de las políticas de la Universidad Nacional de Loja es vincularse con la comunidad, en este caso, a través de los Comunicadores Sociales, para dar soluciones viables a los problemas existentes, sobre todo cuando la comunicación funciona como herramienta clave de orientación y educación.

El proyecto también se rige dentro de las “Líneas de investigación”, que presenta la carrera en Ciencias de la Comunicación Social, cuando la “Incidencia de factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, de

la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja en el año académico 2010-2011.- Propuesta alternativa”, cumple precisamente con la función de la “Línea matriz V”.

En lo Institucional.-

El desarrollo de esta investigación constituirá un valioso aporte para la Universidad Nacional de Loja (UNL), al conocer el impacto de la oferta académica en el Área de la Comunicación Social, específicamente en la estrategia educomunicacional dirigido a estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, con el cual se podrá iniciar nuevos procesos de enseñanza aprendizaje y mejorar así el modelo de educación en los establecimientos educativos de las parroquias rurales de la provincia de Loja.

De igual manera, los docentes podrían favorecerse de las ofertas educomunicacionales innovadoras en el ámbito científico, al conocer los beneficios que brinda esta técnica de educación conociendo de esta manera el rendimiento de los alumnos en las diferentes materias que ofrece el establecimiento.

El centro educativo se encuentra actualmente bajo la dirección del Ingeniero Manuel Guamán, quien prestará el contingente necesario y facilitará el desarrollo de la presente investigación, bajo su autorización permitirá la recopilación de información y por ende la ejecución de

proyectos encaminados a dar solución a los inconvenientes presentes, de una manera eficiente y eficaz.

En lo social.-

En la República del Ecuador, a pesar de existir políticas nacionales de comunicación y educación sustentados en la Constitución Política de la República, bajo la denominación del buen vivir, aún se evidencia vacíos de corte económico, social.

Dichos factores económicos y sociales repercuten en todas las instancias y esferas del concierto nacional pero se nota mucho más en el campo educomunicacional, muestra de ello es la falta de implementación de productos (video) en sus niveles técnica, expresiva y didáctica.

El presente proyecto en vista de lo expuesto tiene como objetivo contribuir con estrategias educomunicacionales (videos) en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica al desarrollo integral de los jóvenes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

d. OBJETIVOS

GENERAL

Conocer la incidencia de los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnicas, expresivas y didácticas, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja.

ESPECÍFICOS

Específico uno

Analizar la incidencia de los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja

Específico dos

Estudiar los niveles de incidencia de los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja

Específico tres

Formular una propuesta alternativa a objeto de cimentar las dimensiones técnicas expresivas y didácticas del video educomunicacional, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja

e. MARCO TEÓRICO Y/O REFERENCIAL

MARCO REFERENCIAL CONCEPTUAL

EL PERIODISMO

El periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio. La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión. La información es difundida por medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo gráfico, la prensa escrita, el periodismo radiofónico, el audiovisual (educación) mediante televisión y el cine) y el periodismo digital o multimedia.¹⁸

El reto del periodista moderno no es una tarea fácil, pero los cambios sociales, culturales y políticos, que acontece cada segundo, obligan a que piensen y actúen en forma distinta. Por ello, los profesionales del periodismo, deben enfrentar con responsabilidad, todas las incertidumbres que traen estos cambios, logrando un equilibrio entre el legado del

¹⁸<http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo> (05 de abril de 2011 Hora 15:40)

periodismo tradicional y las nuevas formas de información y comunicación.¹⁹

Para Amaro Gómez Pablo, el periodismo de mañana será aún más interesante, porque se caracterizará por su multifuncionalidad, que transmitirá la información desde cualquier lugar y frente a los intereses más particulares de su audiencia.

Además, el reportero cree que habrá muchos medios de comunicación pequeños, “cosa que me parece positiva, porque la concentración mediática es peligrosa, debido a que la opinión pública tiende a hacerse más controlada, manejada y manipulada”.

PROFESIONALES RESPONSABLES

«Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y sólo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el

¹⁹http://qltural.iup.es/index.php?option=com_content&view=article&id=229:hacia-los-nuevos-retos-del-periodista-moderno&catid=49:continuar&Itemid=66 (5 de abril de 2011 Hora 16:30)

punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar.»²⁰

La responsabilidad que tienen los Comunicadores Sociales es dura; y, no solo de ellos; sino, también de muchos otros profesionales inteligentes que quieran sumarse a esta importante misión, como es la de realizar proyectos educativos que ayuden a promocionar los valores del ser humano y a su vez difundirlos a través de videos educomunicacionales.

El rol principal o compromiso que debe cumplir un Comunicador Social, se basa en, mantener comunicada a la gente con noticias lógicas.

Promover los valores comunes constituye un desafío al que no se le puede restar importancia. Debe realizar su labor profesional en pro del desarrollo y cambio social.

La comunicación va más allá de los ATL-BTL-TTL²¹ por lo tanto “abarca la comprensión de los actores que en permanente relación e interacción producen sentido (procesos de significación) resultante de sus prácticas y van configurando formas de ser y actuar en sociedad (creación cultural)”²².

²⁰http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm (05 de abril de 2011 Hora 17:04)

²¹ATL.- Medios tradicionales o formales/ BTL.-Medios no tradicionales o no formales/ TTL: Medios multifase o multimedia

²²<http://veneno.com/2002/v-64/carl-64.html> (03/07/2010 Hora: 23:04)

Sin duda que esta forma de concebir la comunicación involucra a todos quienes se sientan en la capacidad de ser actores de la educomunicación (video educativo).

Es importante señalar que todos los seres humanos ejercen cualidad como tales; y, se constituyen en sujetos sociales gracias a la competencia comunicativa; por ende, es necesario reiterar que el comunicador social es la persona que cumple a cabalidad con una labor profesional de intervención consciente y sistemática en las prácticas sociales a partir de saberes, herramientas y técnicas comunicacionales.

El profesional de la comunicación interviene en las prácticas sociales y educativas con un claro compromiso de vinculación con la realidad y los actores involucrados; y, con la construcción de alternativas viables y factibles, que se constituyen en un componente consustancial a los procesos pedagógicos sociales.

EL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN

Es importante destacar que el papel que desempeña un comunicador social es algo exigente, una responsabilidad que amerita amar verdaderamente esta profesión y se debe conocer claramente la realidad social para poder intervenir en ella sin derecho a equivocarse.

Para Mario Kaplún la comunicación es una práctica humana que abarca a todos los seres humanos, no solo a aquellos que la asumen como una tarea o profesión. Concierno a toda la educación.

- La educación en todas sus formas debiera permearse de las visiones comunicativas y de la dimensión comunicativa. Si analizáramos la escucha, la enseñanza como un proceso de comunicación, veríamos ante todo cuán poco comunicativo es éste actualmente y cuánto podría potenciarse si asumiera las propuestas de la comunicación.
- En los medios de comunicación, es muy importante estimular procesos por los cuales, los que hasta ese momento habían sido considerados receptores, tuvieran también la posibilidad de ser tenidos en cuenta como emisores. El receptor es un interlocutor que emite. Todo grupo, toda persona posee facultades emisoras y se le debe permitir y estimular para que las ejercite. Siempre se le ha concedido muy poca importancia al receptor.
- Para generar procesos educativos, es necesario que los comunicadores manejen los lenguajes no solo con otros contenidos sino con otros estilos
- Es necesario formar emisores, no solamente los que se van a dedicar a la comunicación en los medios, tanto masivos como populares, sino que todas las personas necesitan comunicarse, ejercitar la emisión, comunicarse entre las personas.
- Ya no es la cuestión hablar solamente del papel instrumental de la comunicación en la educación como hasta ahora se ha planteado:

medios de apoyo y técnicas, es pensar pedagógicamente en la comunicación como un componente indispensable en todo proceso educativo.

- La comunicación es algo más que la suma de vehículos y canales por donde fluye ese proceso. La gente (todo ser humano), no empieza conociendo y después comunicando lo que conoce sino que conoce en la medida que lo comunica.

La mayor fortaleza de un comunicador profesional es la integridad, honestidad, transparencia, confianza y solidaridad, dejando de lado la crónica roja, el sensacionalismo, el amarillismo y la prepotencia periodística; entonces sí demuestra verdadera responsabilidad periodística y vocación de servicio a la comunidad y con una trayectoria laboral intachable se gana la credibilidad de su audiencia.

El perfil del comunicador que la provincia de Loja y el país necesita para incrementar sus niveles de desarrollo humano, está en directa vinculación con la transformación social, donde empieza a jugar un papel fundamental la planificación de la comunicación.

Así, se parte de un diagnóstico comunicacional de un problema concreto de la realidad (desde las concepciones, percepciones y evaluaciones de los sujetos protagonistas) y se diseñan acciones estratégicas de intervención en la generación de cambios para la construcción de una vida más justa, plena y solidaria entre los seres humanos.

Partamos de entender la investigación como un proceso sistemático y dinámico de acercamiento a la realidad, en primera instancia, comprenderla y explicarla y, luego, intervenir en ella con algún propósito deliberado (resolver problemas prácticos) o producir conocimiento gracias al cual la humanidad sigue evolucionando.

Es el momento oportuno de asumir responsablemente la formación académica y la práctica profesional tanto de comunicación como de psicología educativa y preocuparse por encontrar la manera de ayudar a las comunidades rurales en el desenvolvimiento de sus habilidades y destrezas que tienen.

Un gestor de estas dos ramas educativas generalmente emprende la misión de protagonismo clave, la construcción de procesos comunicacionales ligados al impulso, fortalecimiento y sostenimiento de: redes de diálogo y concertación, debate y reflexión; niveles reales de participación (información, opinión, toma de decisiones); diagnóstico, planeamiento (política-estrategia-plan), monitoreo y evaluación de procesos de significación y producción de sentido.

LA EDUCOMUNICACIÓN (VIDEO EDUCATIVO)

“La palabra "educomunicación (educación – comunicación)" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término educomunicación (video educativo) se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de educomunicación. A veces se abrevia

como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP)²³.

La educomunicación o educación en medios, también llamada *media literacy* en el ámbito anglosajón, es una disciplina que defiende la integración de la enseñanza sobre y con los medios de comunicación en el currículo escolar.²⁴

La educomunicación es la interacción de la comunicación con la educación. Ha sido reconocido por la UNESCO en 1979 como "educación en materia de comunicación" incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar", en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas.

Estudiosos de este fenómeno y a la vez proceso convergente entre la educación (como proceso de difusión del conocimiento) y la comunicación (también proceso de difusión del conocimiento) se limitan a reconocer su trabajo en el ámbito de la comunicología.

Para Paulo Freire quien sustentaba una corriente de pensamiento dialógico donde incluyó la convergencia de la educación y la comunicación identificándolos como dos procesos que forman parte de un mismo fenómeno. La educomunicación.

²³ www.monografias.com (4 de enero de 2011)

²⁴ <http://tiscar.wikispaces.com/file/view/1.1.educomunicacion.pdf> (05 de abril de 2011 Hora 17:31)

Por educomunicación se entiende un nuevo campo de intervención cultural y social autónomo, cuyo núcleo constitutivo es la relación transversal entre educación y comunicación. Es un campo nunca definido, sino en permanente construcción, en cuanto influenciado por el continuo proceso de cambio social e innovación tecnológica.

El término educomunicación se emplea para expresar varios conceptos, cada uno con su matriz propia: educación a la comunicación, educación para la comunicación, educación en la comunicación.

La educomunicación se funda en la convicción de que la persona humana es un ser en relación y en la constatación de que hoy, en el campo educativo, estamos ante la existencia de un nuevo sujeto, con una nueva percepción del espacio, del tiempo y de la acción. La comunicación se entiende así como un componente del proceso educativo, una modalidad de diálogo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y la misma comunicación

El cambio de época ha generado por la globalización de las comunicaciones plantea a la educación nuevos desafíos, que exigen respuestas creativas, acordes a los paradigmas emergentes en el milenio apenas iniciado. El progreso tecnológico, rápido y continuo, ha producido una digitalización del planeta y una articulación en redes cada vez más extensas alrededor del mundo. Esta interactividad, fluidez, dinamicidad, interdependencia de la cultura actual crea un nuevo ser humano

"electrónico", con una nueva concepción del espacio, del tiempo y de la acción.

El proceso de reflexión sobre el impacto de las comunicaciones en las personas y en la cultura ha pasado por varias etapas, dando una nueva orientación a la investigación académica y generando un nuevo campo de intervención social: la educomunicación, que pone en relación dialéctica las ciencias de la educación y las ciencias de la comunicación.

Ya en los años 70, la UNESCO había publicado un documento sobre: "La educación en materia de comunicación", donde especialistas de diversos países ponían de relieve la interacción entre estos dos campos. En el último decenio, el profesor Ismar de Oliveira Soares ha realizado numerosas investigaciones sobre la relación educación-comunicación y ha creado un verdadero movimiento en torno a esta temática, que tiene su epicentro en América Latina. El punto de partida ha sido el constatar que la comunicación es la variable determinante de la postmodernidad. Su influencia en todos los sectores de la sociedad: económico, político, cultural, de gestión administrativa... no necesita demostración. Las redes y dinámicas relacionales han provocado nuevos modos de pensar, vivir, actuar, decidir.

Entre los puntos de convergencia de las disciplinas en cuestión, Soares señala como prioritaria la necesidad de transformación y de cambio, tanto de la educación como de la comunicación, de cara a los procesos sociales

en acto: la educación está llamada a revisarse en sus métodos, enfoques, preparación de agentes; la comunicación ha de recuperar los valores éticos sustentados por los educadores, sin absolutizar las reglas del mercado a las que tantas veces se ve sujeta.

El acercamiento de estos dos campos se ve estimulado también porque ambos convergen en la sustitución del paradigma de la "transmisión" por el de la "mediación": no se trata de "hacer pasar un mensaje, una información, un contenido", sino de pensar en la apropiación de los conocimientos, reflexionando sobre las interpretaciones de modo relacional. Esto implica cambiar el esquema "emisor-receptor" por el de la "orquesta". La comunicación educativa, el conocimiento construido por el sujeto deriva, ante todo, de sus interacciones con otras personas, especialmente con sus propios pares, pero también con todos los demás componentes del ambiente educativo, inclusive el contexto mediático. En este sentido no existe un receptor sino un co-constructor que participa activamente, que privilegia el sentido y su elaboración, la colaboración y reciprocidad, que tiene un cúmulo de "concepciones preexistentes" tomadas también de los medios y de la navegación en Internet.

Se evidencia así la importancia de la comunicación interpersonal, raíz de todo proceso de comunicación social, un cierto dominio de las posibilidades tecnológicas, la valorización de las capacidades expresivas y artísticas y el compromiso de proyectar los propios valores en vista de la transformación del ambiente, como ejercicio responsable y crítico de la

ciudadanía. De esta manera, la educomunicación propicia la creación de ecosistemas comunicativos de calidad, promueve una pedagogía de ambiente, e impulsa la formación sociopolítica, tan necesaria para la construcción de sistema mundial más justo y solidario.²⁵

En la actualidad la educomunicación (video educativo), es uno de los medios de información colectiva más amplio y completo del mundo. Y si hablamos de Ecuador es un medio que la ciudadanía le brinda mayor acogida, porque los mensajes van acompañados de imágenes y sonido que llama la atención al televidente; por ende, en la mayoría de los hogares existe por lo menos un televisor. Es por ello que en el actual gobierno en octubre del 2007 firmaron convenios para realizar campañas educomunicacionales de higiene y desparasitación, en la Frontera Norte del Ecuador con Colombia.

Se puede evidenciar fácilmente que es considerado un fuerte medio de comunicación porque integra imágenes y voz; sin embargo, por poseer esas características y por tener la facilidad de llegar a la mayoría de la población se ha transformado en un arma de doble filo, que requiere de la responsabilidad del telespectador debido a la calidad de programación que se transmiten diariamente.

A nivel de todo el mundo se habla de la orientación que deben dar los padres de familia acerca de elegir los tipos de programación que exponen

²⁵http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php (5 de abril de 2011 Hora 17:44)

los mass media, debido a que las clasificaciones de las mayorías de televisoras pueden ser perturbadoras para su desarrollo intelectual.

Actualmente la mayoría de medios televisivos se dedican más a transmitir hechos de la vida con imágenes sobre el sexo, drogas, violencias, guerras, alcohol, tabaquismo, etc., escenas de violencia que perjudica la mentalidad de la gente; todo esto incentiva al espectador a cambiar su forma de pensar e instaurar un estilo de vida diferente, creando modelos de nuevos valores y tipos de comportamientos; los cuales, pueden ser imitados y ejercer influencia directa sobre el comportamiento de cada ser humano.

Las televisoras, sobre todo las privadas, se han convertido en máquinas de hacer dinero, es lo único que realmente les interesa. Productos oficiales de los programas más exitosos, las melodías para los móviles, los SMS por enviar tu opinión y, todo esto sumado al poder omnipresente de la publicidad, gran fortaleza y compañera de viaje del medio televisivo.

Los productores de educomunicación (video educativo) estudian y analizan que es lo que al telespectador le llama la atención y a su vez se incluya voluntariamente a concursos, reality-shows, magazines, etc., y se dedican a conseguir nuevas y mejores alternativas de inversión para su financiamiento; conocen perfectamente el poder de la manipulación, a la que la gente se rinde conscientemente.

LA EDUCOMUNICACIÓN (VIDEO EDUCATIVO) COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Parra Alvarracín, en su libro, Bases Epistemológicas de la Educomunicación, menciona a Daniel Prieto como aquel que ha intentado entender la relación entre educación y comunicación al decir que "...en los últimos años, se ha tratado de extender la comunicación a todos los ámbitos de las relaciones humanas. En cuanto a la educación, plantea que si bien esta puede interpretarse como un fenómeno comunicativo, no todo educación puede reducirse a comunicación..."

Por lo tanto, es más factible determinar qué herramientas, qué características de la comunicación podrían formar parte o ser útiles para la educación. Por lo que al ser producidos o puestos en circulación por la comunicación y los medios masivos tienen que ser beneficiosas, con la finalidad de contribuir al desarrollo educativo.

"La educomunicación es una disciplina que sintetiza las ciencias de la comunicación y de la educación, y que como disciplina con características científicas se encuentra en ciernes; esto es, se encuentra en formación como campo de estudio reconocido por la ciencia."

Teniendo en cuenta, como lo dice, el ya mencionado Parra hay que "...afrentar la realidad que es evidente en la sociedad de nuestro tiempo. Los niños, niñas, preadolescentes, adolescentes y jóvenes viven a merced de lo que les entregan los medios masivo. Son más poderosos los

esquemas, modelos y estereotipos que provienen de esos medios que todo los demás esfuerzos supuestamente formados de la escuela.”²⁶

En la actualidad, la educomunicación (video educativo) es considerada como uno de los medios de comunicación de mayor efectividad por su atractivo, potencial y actuación social; por ello es que, este medio desde siempre ha estado en el centro del debate social, político y educativo.

COMUNICACIÓN VISUAL

El comunicador social tiene la responsabilidad y la obligación profesional de manejar, aunque en términos generales, todos los fenómenos que participan en este complicado proceso.

El aprendizaje de una gramática de las imágenes es imprescindible para la comprensión de la cultura actual. Una cultura constituida cada vez más por multitud de elementos visuales, procedentes de campos tan próximos y tan diversos al mismo tiempo, como son la fotografía y el cine, la televisión y el vídeo, los diseños gráfico e industrial, las artes plásticas y los trabajos manuales, la prensa ilustrada y los cómics, etcétera. Es decir, la casi totalidad de los medios de comunicación de masas.

La comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. Para que no se pierda el valor y el

²⁶<http://octavofacso.blogspot.com/2009/05/educomunicacion.html> (05 de abril de 2011 Hora 18:16)

sentido de estos mensajes, cada elemento que interviene en el proceso debe cumplir adecuadamente su función. Estos elementos son: emisor, mensaje, medio y perceptor.

- **EL EMISOR** es quien origina el mensaje. Puede ser un fotógrafo, un pintor, un publicista, etc. Trata de comunicarse por algún motivo: vender, convencer, protestar, embellecer, etc.
- **EL MENSAJE** es la información que el emisor desea transmitir.
- **EI PERCEPTOR** es el que se encarga de decodificar el mensaje.
- **EI CANAL o MEDIO** es el soporte utilizado por el emisor para hacer llegar su mensaje. Es decir, La televisión, Internet, la prensa, los carteles, etc. Cada uno de ellos tiene sus ventajas y sus limitaciones. Pero en definitiva, el canal ha de ser elegido en función de las características y posibilidades de acceso del perceptor.

La comunicación visual se puede realizar a través de imágenes fijas como fotografías, dibujos, cómics o a través de la imagen en movimiento como las imágenes cinematográficas, televisivas o las animaciones por ordenador.

Es necesario, entonces, para un manejo teórico y adecuado de los elementos participativos en los efectos electrónicos, conocer lo que se ha denominado como Comunicación Visual, la que permita adentrarnos en la

información básica sobre los movimientos de cámaras, ángulos, tomas, efectos de transición y sus formas de combinación, todo ello, permitirá producir un programa interesante, agradable para la vista y con buen ritmo.

En definitiva la educomunicación se trata de un asunto generacional. Sin embargo, hoy en día estamos plenamente convencidos, por ejemplo, que un documental del Discovery Channel es mucho más eficaz que una exposición tradicional, y que una película animada infantil puede ser el mejor aliado del maestro cuando quiera incidir en valores humanos. Pero, existen algunas limitaciones de tipo formativo, institucional, logístico o económico que impiden el uso de estos materiales. Para acometer estos obstáculos se requiere de una elevada dosis de creatividad, vocación y pensamiento estratégico en los docentes y directivos del sector educacional.

Los lenguajes oral, escrito e impreso ocupan un lugar destacado en la historia del lenguaje humano; pero la consolidación de los nuevos lenguajes de la comunicación es un hecho irreversible y que se explica porque cada estadio de la humanidad ha correspondido a un cambio radical en la tecnología de las comunicaciones.

El reto es que necesitamos preparar a los estudiantes para que sepan vivir y sobrevivir en un mundo donde la imagen y las relaciones simbólicas son las que configuran la realidad y en donde a la caída de los

paradigmas lineales y conceptuales le sucede una nueva integración de los saberes, un nuevo ser, esta vez más simbólico, más digital. Pero fundamentalmente orientado hacia un nuevo hombre holístico comprometido en la integración de tecnología, sociedad, naturaleza y símbolo.

POTENCIALIDAD EDUCATIVA. EDUCOMUNICACIÓN.

Es la interacción de la comunicación en la educación. Es la "educación en materia de comunicación" por tanto debe integrar todas estas formas de estudiar, aprender y enseñar, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación.

En el campo educativo, estamos ante la existencia de un nuevo sujeto, con una nueva percepción del espacio, del tiempo y de la acción. La comunicación se entiende así como un componente del proceso educativo, una modalidad de diálogo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y la misma comunicación.

Se considera como base del proceso de enseñanza/aprendizaje la participación activa de los educandos; que los considera como sujetos de la educación y ya no como objetos-receptáculos; y plantea el aprendizaje como un proceso activo de construcción y de re-creación del conocimiento.

Obviamente, esta opción también tiene su correlato en comunicación, entendida y definida como diálogo e intercambio en un espacio en el cual, en lugar de locutores y oyentes, instaure interlocutores.

Un paradigma así plasmado siempre va a derivar en prácticas comunicativas que favorezcan la introducción de los recursos tecnológicos y la introducción de los medios en el ámbito educativo. Porque se los usará crítica y creativamente, desde una racionalidad pedagógica y no meramente tecnológica; como medios de comunicación y no de transmisión; como generadores de flujos de interlocución.

MARCO REFERENCIAL CONTEXTUAL

LA EDUCOMUNICACIÓN SE MUEVE EN 4 FRENTES

- Educación en los medios: Consiste en que las escuelas y organizaciones enseñen cómo codifican los medios y mensajes (Enseñar a hacer guiones, a manejar cámaras de video, etc.)
- Educación con los medios: Se deben utilizar los medios de comunicación de apoyo para la educación.
- Educación ante los medios: Es necesario que se trabaje con las personas (Crítica y reflexión de lo que se recibe)

- Educación y medios: La comunicación está relacionada con la cultura, y la cultura busca de cierta manera educar a la sociedad con la tradición.

La educación es un proceso permanente de carácter cultural y social en el que intervienen la escuela, la familia y los medios de comunicación; si se educa a los alumnos de una manera adecuada, serán mejores ciudadanos, mejores personas y futuros transformadores de la sociedad que sabrán utilizar las herramientas tecnológicas y los medios de comunicación para el beneficio de las sociedades futuras. ²⁷

PRODUCCIÓN DE EDUCOMUNICACIÓN (VIDEO EDUCATIVO)

Las exigencias de los medios tecnológicos en educomunicación (video educativo) y su proceso organizativo conducen a clasificar sus emisiones en categorías que conforman un sistema:

- Producción en estudios.
- Producción en exteriores.
- Directo o diferido en estudios y/o exteriores.

La producción de un producto televisivo representa características específicas según se trate de una serie, un dramático cualquiera, un espectáculo televisivo, deportivo o informativo; y, sobre todo educativo

²⁷<http://www.slideshare.net/mariacecilia1234/la-educomunicacin> (5 de Abril de 2001 Hora 21:13)

EL ESTUDIO DE EDUCOMUNICACIÓN (VIDEO EDUCATIVO)

Un estudio de educomunicación (video educativo) se divide en dos partes principales:

Cabina de control

Realización

El estudio propiamente dicho, que es el área o espacio vital donde ocurren todos los acontecimientos del programa de educomunicación (video educativo), puede ser de variadas dimensiones e inclusive tener graderíos para el público.

En todos los casos, un estudio de educomunicación (video educativo) presenta diseños y características comunes:

Pisos completamente lisos y sin pulir.

Parrillas para luminarias y elementos escenográficos.

Sets y backing fijos o movibles.

Paredes aislantes de los sonidos exteriores y absorbentes y amortiguadoras de los sonidos internos.

De 3 a 4 cámaras (dolly, grúa, pedestal, trípode) con sus respectivos monitores en la cabina de control como:

Micrófonos, jirafas.

Monitor de Control.

TalkBack para comunicación general.

Intercomunicadores con cámaras y Coordinador.

Servicios de Telepronteros.

Protección contra incendio.

Protección electrostática.

Otros servicios (vestuario, peluquería / maquillaje, utilería, etc.)

Para algunos el estudio de educomunicación (video educativo) es lo específicamente televisivo. El primer paso para comprender el proceso de producción en estudios es revisar detalladamente las funciones y responsabilidades del personal clave.

El estudio de educomunicación (video educativo) es un área cerrada, acústicamente aislada, donde se levantan decorados diversos; y, dependiendo del programa, los conductores, comentaristas, músicos y cantantes hacen sus representaciones.

El estudio cuenta con la organización y los recursos tecnológicos imprescindibles para la realización de un programa de educomunicación (video educativo) ya sea en vivo o pre-grabado.

LA OPERATIVIDAD INMERSA EN LA EDUCOMUNICACIÓN (VIDEO EDUCATIVO)

La producción en estudios es una operación muy compleja y requiere el concurso conjunto y coordinado de numerosos profesionales de la producción, múltiples recursos tecnológicos y materiales.

Normalmente, cada casa productora tiene para éste efecto una forma adecuada a sus necesidades más comunes. Generalmente en esta lista se acotarán datos como las fechas de ensayo y grabación, espacio necesario en el estudio, horarios, personal requerido y equipo como: Número de cámaras, luces y micrófonos.

No anticipar una necesidad puede dar por resultado demoras para conseguir lo que requerimos, o incluso, tener que prescindir de elementos indispensables para la producción porque éstos se encuentren en uso por otro grupo de producción; además de ayudarnos en la planeación técnica, la lista de necesidades sirve para calcular los costos de producción.

La Etapa de preparación de un Estudio comprende:

Definición, preparación y organización de los medios tecnológicos que son necesarios: cámaras, luces, audio, maquinaria para rodaje.

Construcción de los sets: Montaje, atrezzo (utilería), terminación.

Decorados y mobiliario.

Iluminación de los sets.

Pruebas y ajustes del equipamiento tecnológico: video/audio.

Ensayos técnico/artísticos con los profesionales que intervienen en el desarrollo de la obra.

Llegado a este punto, es posible proceder a la emisión en directo o la grabación del programa de educomunicación (video educativo).

El máximo responsable en el estudio durante el proceso de emisión o grabación es el Coordinador, que ejecuta y transmite por señas las órdenes del Director.

El Coordinador tiene su asistente que es el Auxiliar de Estudio. Para su mejor desempeño las cámaras están dotadas en el estudio de intercomunicadores y las cámaras cuentan con monitores a fin de monitorear las escenas.

En el estudio también deben estar otras personas como: el Operador de Sonidos; y, el Diseñador de Luces y luminotécnicos (encargados de la parrilla de luces) Generalmente las obras dramáticas suelen grabarse escena a escena, o plano a plano, según sea el caso, para más seguridad y calidad en la realización.

EL GUIÓN TELEVISIVO

“El guión es la planeación adecuada de los elementos visuales y sonoros que permite un arreglo ordenado para que el mensaje logre una secuencia adecuada y sea entendible”²⁸.

Los profesionales que laboran en el estudio de educomunicación (video educativo) utilizan el guión como una guía, un mapa para la grabación, edición y puesta en escena de un material listo para ser observado por el televidente.

Hoy en día, en la época de ordenadores y salas de redacción electrónicas con teleprompters y cada televisora tiene su propio estilo y formato de guión televisivo, sea cual fuese la situación lo que realmente importa es preparar el guión de manera clara y accesible a todos.

En términos generales, la elaboración de un Guión, tiene las siguientes etapas:

IDEA.- Es el objetivo del mensaje en relación con un tema. Para determinar la idea se debe tomar en cuenta el tema a desarrollar y el propósito del mensaje.

STORY LINE.- Es la historia contada en una sola línea, para ello se debe ser bien claro y conciso.

²⁸RINCÓN, Estrella, Educomunicación (video educativo): Pantalla e Identidad, Quito, 1999

SINOPSIS.- Es el desarrollo de la idea, a modo de resumen. Es una generalización.

ESCALETA.- Es una síntesis de cada secuencia; en ella se establecen las escenas principales de las secuencias. Es una especie de pequeño guión en el que figuran las escenas ordenadas y cronológicas de las acciones más importantes de la historia.

INVESTIGACIÓN DEL TEMA Y DEL PERCEPTOR.- Esta investigación, permite una orientación para el contenido y su forma de presentarlo: en la investigación del tema es fundamental conocer acerca de los conceptos, definiciones, principios; y, en la Investigación del Perceptor, es necesario conocer acerca del tamaño de la audiencia, edad promedio, nivel de instrucción, conocimiento del tema, intereses, lugar de residencia, aspecto social.

TRATAMIENTO.- En esta etapa se considera:

La Modalidad, que es la forma de presentación y puede ser educativa, publicitaria, propagandística y cuya diferenciación reside en la intencionalidad del mensaje.

El Género, que constituye el recurso de expresión utilizado y puede ser información, dramatización, demostración.

El Orden Discursivo, se refiere al tipo de montaje elegido y que puede ser, analítico o sintético.

En el Tratamiento se decide cómo se combinan los factores mencionados; por ejemplo: modalidad educativa, género demostrativo y montaje analítico, o, de modalidad publicitaria, género dramático y montaje analítico.

GUIÓN LITERARIO.- Consiste en la redacción de un texto que describe el ambiente y la narración que acompaña a acciones y/o fenómenos. La descripción del ambiente puede considerar elementos físicos y psicológicos.

Los elementos físicos, son el lugar, vestuario, objetos de escenografía. Entre otros.

Los elementos psicológicos, son, por ejemplo, la situación de tensión, calma, confusión, alegría.

La narración de locutor y personajes (si los hay), no se describen textualmente. Las acciones se refieren a los desplazamientos de los sujetos u objetos.

En esta etapa deben reflejarse la integración de la idea, los aspectos relevantes del tema, preceptor y el tratamiento en un desarrollo coherente del discurso audiovisual.

GUIÓN TÉCNICO.- Esta es la última etapa. Aquí se incluyen todas las especificaciones técnicas, tanto de imagen como de audio. El guión técnico representa el producto audiovisual sobre el papel.

LA PRODUCCIÓN EN EXTERIORES

La producción de programas de educomunicación (video educativo) obliga muchas veces a desplazar equipos fuera del estudio, bien porque conviene a la producción organizar un set o porque el marco referencial de la acción es insustituible. Existen varios procedimientos de producción de programas fuera del Estudio.

Unidades Móviles.-Son pequeños estudios de educomunicación (video educativo) (Cabina de Control Portátiles) para producir en exteriores. Son de fácil traslado, diseñadas sobre chasis: camión, rastras, entre otros.

Existen pequeñas unidades móviles con dos o más cámaras, que con conexión GENLOCK y un dispositivo conmutador de corte directo se pueden elaborar programas simples, pueden tener enlace con microondas, pueden tener procesado de post-producción.

INTERIORES NATURALES

Los interiores naturales que se utilizan como escenarios de acción pueden ser disímiles: viviendas, salones, edificios públicos

En cuanto a las luces, son aconsejables los filtros azules (geles²⁹) para evitar afectaciones a la caída de la noche.

Las luces son el efecto de noche con cicloramas negros.

²⁹ Papel celofán que permite filtrar la luz

Con la luz natural se utiliza ventanas con filtros anaranjados para elevar el nivel de luz y las luces HMI no usan filtros azules, su temperatura de color es similar a la temperatura de color de la luz natural.

GRABACIONES EN EXTERIORES NATURALES

Hoy en la actualidad son una práctica habitual en las televisoras. Se requiere gran cantidad de luces y energía eléctrica.

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

GENERAL

Inciden preponderantemente los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnicas, expresivas y didácticas, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

ESPECÍFICAS

Específica uno

Preponderantemente Inciden los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnico, expresivo y didáctico, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

Específica dos

En la implementación del video educomunicacional los niveles de incidencia económica y social son determinantes en las dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiante del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, aunque existe incidencia del factor social.

Específica tres

La formulación de una propuesta alternativa es prioritaria, en el establecimiento de las dimensiones técnica, expresiva y didáctica del video educomunicacional entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis específica uno.-

ENUNCIADO

Preponderantemente Inciden los factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional, en sus dimensiones técnico, expresivo y didáctico, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CATEGORÍA	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
Preponderantemente Inciden los factores económicos y sociales en la implementación del video educacional, en sus dimensiones técnico, expresivo y didáctico, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.	<p>Los factores económicos y sociales en la implementación del video educacional, en sus dimensiones técnico, expresivo y didáctico, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, inciden predominantemente</p> <p>Rol del Comunicador Social en la construcción de productos educacionales.</p>	<p>Políticas estatales que inciden en la educación (video educativo)</p> <p>Tipo de productos educacionales.</p> <p>Soportes y canales de producción del video- educativo.</p> <p>Financiamiento y operatividad de los productos videos</p>	<p>Locales Regionales Nacionales Internacionales</p> <p>Quiénes lo implementarán</p> <p>Responsables de la ejecución.</p> <p>Impacto en la comunidad</p>

Hipótesis específica dos.-

ENUNCIADO

En la implementación del video educacional los niveles de incidencia económica y social son determinantes en las dimensiones

técnica, expresiva y didáctica entre los estudiante del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, aunque existe incidencia del factor social.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CATEGORÍA	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
En la implementación del video educacional los niveles de incidencia económica y social son determinantes en las dimensiones técnica, expresiva y didáctica entre los estudiante del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, aunque existe incidencia del factor social.	Factores determinantes en el proceso de enseñanza de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja en el factor social en la implementación del video educacional, en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica. Rol del Comunicador Social en la construcción de productos educacionales	Políticas estatales que inciden en la educación (video educativo) Tipo de productos educacionales (video) Soportes y canales de producción del video- educativo Financiamiento y operatividad de los productos (video)	Locales Regionales Nacionales. Internacionales Quiénes los implementarán Responsables de la ejecución Impacto en la comunidad

Hipótesis específica tres.-

ENUNCIADO

La formulación de una propuesta alternativa es prioritaria, en el establecimiento de las dimensiones técnica, expresiva y didáctica del video educomunicacional entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CATEGORÍA	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
La formulación de una propuesta alternativa es prioritaria, en el establecimiento de las dimensiones técnica, expresiva y didáctica del video educomunicacional entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.	Dimensiones técnicas, expresivo-didácticas en la implementación del video educativo Es acertado la formulación de una propuesta alternativa Aporte técnico, científico, pedagógico y comunicacional de los Comunicadores Sociales en la construcción de productos educomunicacionales (video)	Formales y no formales Estructuración de la preproducción, producción y postproducción. Espacio-tiempo que asignan los medios a la divulgación de campañas preventivas	Cantidad de video-educativos realizados en la parroquia Vilcabamba Incidencia de Productos (video-educativos) educomunicacionales entre los estudiantes motivo de estudio Feedback de los productos socializados Tiempo-espacio asignado por facilitadores para la divulgación de productos educomunicacionales

f. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrollará en el Valle de Vilcabamba que se encuentra a 40 Kilómetros de Loja, parroquia que mantiene un clima subtropical-seco oscilante en 19 grados centígrados. Limita al norte con la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, al Sur con las parroquias de Yangana y Quinara, al este con la Provincia de Zamora Chinchipe (por medio de la cordillera oriental de los Andes, y al Oeste con el Cantón Quilanga.

La investigación tiene el carácter de DESCRIPTIVA, EXPLICATIVA y APLICADA, tomando en cuenta que se presentará como propuesta alternativa, una Guía práctica didáctica-comunicacional, implementando el video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, entre los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja.

Para la construcción del marco teórico, los postulantes recurrirán a referencias: personales, bibliográficas, documentales, estadísticas existentes en diversos archivos, bibliotecas personales, de instituciones públicas y privadas. Con toda la información obtenida en el trabajo de campo con los problemas específicos de la investigación, se permitirá compilar todo para cimentar la Guía práctica educomunicacional de video, para los estudiantes en la jurisdicción mencionada.

La información bibliográfica recabada y a obtenerse en el trabajo de campo, será recolectada en soportes físicos y magnéticos a fin de tabularla, interpretarla y sistematizarla, siguiendo las fases que contempla el método científico para este tipo de investigación aplicada.

MÉTODO.-

Los postulantes, están concienciados de que el método es la columna vertebral del conocimiento científico, que entraña además de un discurso lógico, una inminente práctica de acción, consecuentemente realizarán el ESTUDIO DESCRIPTIVO y EXPLORATORIO, para la construcción de una Guía práctica educomunicacional de video para este propósito emplearán los métodos: Analítico, Deductivo, Inductivo, Interpretativo, Lógico y estadístico; así:

El método analítico, se utiliza previo al escogitamiento del tema de estudio, asimismo en la problemática, marcos referenciales, trabajo de campo, a fin de interpretar la situación actual del problema para posterior desarrollar las conclusiones y recomendaciones; el sintético, al esbozar la información recolectada tanto en el proyecto de investigación como en el trabajo de campo.

El deductivo se realiza al revisar la problemática. Se usará para conocer: causas, instancias y consecuencias de la inadecuada y/o inexistencia del uso del video educomunicacional y con lo conocido definir la propuesta, estrategias y tácticas a usar.

Además en el marco referencial conceptual, en donde se toma como referencia a la educomunicación y como se pueden manejar estos referentes. Con el método en mención se logrará identificar los videos que serán objeto de la propuesta.

El método inductivo permitirá estudiar el problema a investigar desde aspectos particulares a generales, dentro de la investigación se lo aplicará en la formulación de objetivos y problemas específicos. Además constará en el planteamiento de alternativas educomunicacionales a contribuir con el aprendizaje de los alumnos.

El método interpretativo contribuirá en todas las fases del trabajo investigativo, específicamente en la justificación, hipótesis, problemática e interpretación de resultados, a fin de elaborar una estrategia comunicacional dirigida al desarrollo integral de los estudiantes.

El lógico- pragmático (causa-efecto) se toma en cuenta en diferentes incisos del trabajo investigativo: justificación, hipótesis, problematización, trabajo de campo, conclusiones y recomendaciones; para posterior realizar una propuesta alternativa al problema estudiado.

En los marcos referenciales está presente el método científico-bibliográfico. En el antes mencionado se indaga, por medio de entrevistas a algunos actores involucrados en el tema, sin dejar de lado la documentación.

El método estadístico estará presente en el Marco Referencial Contextual, dentro de la Identificación si existe o no medios visuales desarrollados por los jóvenes para mejorar la calidad de vida. Este método servirá también para la tabulación de las encuestas y/o entrevistas aplicadas, mediante el cual se puede hacer la interpretación cuantitativa de los principales resultados.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas proporcionan las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica, por lo tanto, en la presente investigación se utilizarán las técnicas del fichaje, la entrevista, guía de entrevista, y la encuesta y/o cuestionario:

Fichaje.- Este instrumento permitirá el procesamiento de la información, entre ellas: Se recurrirá a la sistematización de la información existente en varios documentos como: la Constitución de la República del Ecuador, Ministerio de Educación de la República del Ecuador. Dirección Provincial de Educación de Loja, entre otros. La información que se obtenga, permitirá sustentar la investigación sobre lo referente a: a) Factores económicos y sociales en la implementación del video educomunicacional; b) Rol del profesional en comunicación social en la constitución del video educomunicacional; c) Niveles técnicas y expresivas del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza, coadyuvando a la propuesta alternativa, que se

planteé, asideros científico-técnicos, enfocados desde la comunicación social.

Encuesta.- Se realizará a los estudiantes y docentes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba y a los padres de Familia para determinar el grado de conocimiento que tienen sobre los videos educativos.

En el caso de los estudiantes se desarrollará a 100 educandos, esto porque el universo a investigarse es de 657 que asisten normalmente a clase. Cabe destacar que el universo fue proporcionado por la doctora Alexandra Minga secretaria de la institución.

En el caso de los Padres de Familia se encuestarán a 70 de acuerdo al cálculo que más adelante se establece. Estos datos nos servirán para conocer cuan aceptado es la educomunicación para con ellos.

Los docentes que serán encuestados son 30 porque existen 41 profesores actualmente impartiendo clase. Hay que mencionar que sus ilustraciones nos permitirán establecer el conocimiento que mantienen y si están dispuestas a utilizar las herramientas que proponemos.

El cuestionario se elaborará previamente y contendrá preguntas sobre las variables e indicadores que se investiga. Los resultados permitirán interpretar la opinión de este grupo prioritario respecto al desarrollo de los videos educativos para mejorar la enseñanza aprendizaje en el colegio antes mencionado. Con esto, se podrá contrastar la hipótesis 1, 2 y 3.

Entrevista.- Serán recabadas en soportes audio-fónicos y escritos, a fin de facilitar y garantizar la investigación. En ese sentido se realizará:

- ✓ A expertos en la Producción de Video.- Se aplicará respectivamente a entendidos en esta área para determinar la eficiencia y eficacia del implemento y desarrollo de la tesis. Las personas que entrevistaremos son (Lic. David Neira, Lic. Jorge Reyes, Diego Robles) El cuestionario será efectuado con el objeto de obtener información que permita sustentar la hipótesis 1, 2 y 3 y el marco referencial contextual.
- ✓ A especialista en Psicología.- Psicóloga Carmen Salcedo Orientadora Vocacional del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba. Con esta entrevista conoceremos si se ha trabajado con en campañas con los jóvenes acerca de los problemas sociales se encaminará el contenido que podría elaborarse la propuesta alternativa, para comprobar la hipótesis 3.
- ✓ Dina Barrigas, Trabajadora Social del Colegio quien nos guiará por las contrariedades detectadas con los y las jóvenes estudiantes, lo cual nos guiará para consolidar la propuesta alternativa, para comprobar la hipótesis 3.
- ✓ A Expertos en Educomunicación.- Se entrevistará al Mg. Sc. Wilmer Espinoza, Dr. Jorge Barnuevo y Dr. Milton Andrade; docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad

Nacional de Loja, con el propósito de encaminar estrategias comunicacionales encaminadas al desarrollo integral del sector vulnerable. A fin de sustentar y sostener una propuesta alternativa, que vendría a formularse con la hipótesis 3.

OBSERVACIÓN DIRECTA.-

Se observará personalmente todo lo que respecta al centro educativo Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, con la finalidad de registrar en soportes físicos y magnéticos, fotografías, filmaciones y otros insumos que pudiesen servir a la investigación.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Los insumos recabados en el fichaje, encuestas, entrevistas y observación directa, serán compilados en soportes físicos y magnéticos a fin de ser sistematizados, tabulados e interpretados en el informe final de la investigación; consecuentemente, será el método científico el que oriente el trabajo de campo, mediante el apoyo de programas informáticos: (software): Excel y Word, Power Point, Adobe CS4 Photoshop Adobe Audition, Adobe Premiere, Pinnacle plus.

SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Recolección de datos

Organización de datos (tablas estadísticas)

Presentación de gráficos

Análisis contrastado con el marco teórico.

Interpretación de datos

POBLACIÓN MUESTRA.-

De un universo de 41 Docentes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, la muestra para aplicar la ENCUESTA es de 30 unidades resultado de la siguiente operación: {n= muestra, N=Universo, &=margen de error}.

$$n = \frac{41}{1 + (0.1)^2 (41)} = \frac{41}{1 + 0.01 (41)} = \frac{41}{1 + 0.41} = 29.08 = 30$$

De un universo de 225 padres de familia, la muestra para aplicar la ENCUESTA es de 70 unidades resultado de la siguiente operación: {n= muestra, N=Universo, &=margen de error}.

$$n = \frac{225}{1 + (0.1)^2 (225)} = \frac{225}{1 + 0.01 (225)} = \frac{225}{1 + 2.25} = 69.23 = 70$$

De un universo de 657 estudiantes de la sección diurna del centro educativo Nacional Mixto Vilcabamba, se extrae la muestra de para la aplicación de la ENCUESTA, resultado de la siguiente operación: {n= muestra, N=Universo, &=margen de error}.

$$n = \frac{657}{1 + (1)^2 (657)} = \frac{657}{1 + 1 (657)} = \frac{657}{1 + 657} = 99 = 100$$

SECTOR INVESTIGADO	POBLACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO
DOCENTES	41	30	ENCUESTA
PADRES DE FAMILIA	225	70	ENCUESTA
ESTUDIANTES	657	100	ENCUESTA
PSICOLOGA	1	1	ENTREVISTA
TRABAJADORA SOCIAL	1	1	ENTREVISTA
EXPERTOS EN EDUCOMUNICACIÓN	3	3	ENTREVISTA
EXPERTOS EN PRODUCCIÓN DE VIDEO	3	3	ENTREVISTA

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

A través de datos estadísticos y las teorías de las categorías, variables e indicadores.

FORMULACIÓN DE CONCLUSIONES

Las conclusiones se formularán en función de los objetivos y los resultados de la investigación.

ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL

De conformidad con el Capítulo VI “DEL INFORME FINAL DE TESIS”; y, artículo 151 del Reglamento del Régimen Académico de la UNL – 2009, vigente, el Informe Final se construirá tomando en consideración los siguientes elementos: Título, Resumen en castellano y traducido al Inglés, Introducción; Revisión de literatura; Materiales y Métodos; Resultados; Discusión; Conclusiones; Recomendaciones; Bibliografía y Anexos. La propuesta Alternativa (se prevé que las conclusiones se encaminen por la Construcción de una Guía práctica educomunicacional

de video, en sus niveles técnica, expresiva y didáctica, de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia Loja.

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	ABRIL/ 2011	MAYO/ 2011	JUNIO/ 2011	JULIO/ 2011
FASE 1 ELABORACIÓN DEL PROYECTO	✓			
FASE 2 PERTINENCIA Y COHERENCIA DEL PROYECTO	✓			
FASE 3 PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO		✓		
FASE 4 ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL			✓	
FASE 5 SUTENTACIÓN PUBLICA DE LA TESIS				✓

h. PRESUPUESTO

CANTIDAD	ÍTEMS Y/O ARTÍCULOS	COSTE PARCIAL	COSTE TOTAL
RECURSOS HUMANOS			
10 HORAS	1 DIGITADOR	1.00	100.00
10 HORAS	ENCUESTADORES	3.00	30.00
3 VIAJES	MOVILIDAD (PÚBLICO)	8.00	24.00
18 COMIDAS	ALIMENTACIÓN (3/DIARIAS)	3.00	54.00
SUBTOTAL			208.00
RECURSOS INSTITUCIONALES			
25	TUTORÍAS PRESENCIALES	9.30	232.50
SUBTOTAL			232.50
RECURSOS TÉCNICOS			
100 HORAS	USO DE COMPUTADORA	1.00	100.00
70 HORAS	INTERNET	1.00	70.00
10 HORAS	Uso de equipo de producción video-gráfico	10.00	100.00
SUBTOTAL			270.00
RECURSOS MATERIALES			
1 UNIDAD	ELABORACIÓN DEL PROYECTO	200	200.00
NN (30d)	INGRESO DE DATOS	0.35	10.50
NN (15d)	LEVANTAMIENTO Y TABULACIÓN DE TABLAS Y CUADROS	0.25	3.75
1 UNIDAD	ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL	350	350.00
3 REMAS	PAPEL BOOM A4	3.5	10.50
5	EMPASTADOS	5.00	25.00
SUBTOTAL			599.75
TOTAL			1310.25

FINANCIAMIENTO.-

El coste total de la presente investigación será cubierto por los postulantes: Silvana Elizabeth Peralta Carpio y Darwin Valarezo Lozada.

i. BIBLIOGRAFÍA

CALVO, Hernando Manuel “Decálogo del Divulgador de la Ciencia”, Edit. Trillas, Barcelona- España

FAYARD Pierre, “La Comunicación Pública de la Ciencia.- De la Divulgación a la Mediatización”, Edit. Belén, Bogotá-Colombia

KAPLUN, Mario Cesar, “EL COMUNICADOR POPULAR”, Edit Belén, Quito-Ecuador

Guía Profesional de Loja (CETUR) Págs. 16-17

ERAZO, Pesantez María de los Ángeles, “Teorías e Historia de la Comunicación Pública de la Ciencia”

GREINER, Olivier, “GUIA PRACTICA PARA DOCENTES FACILITADORES”, Serie Capacitación, Edit. Mónica Donoso, Quito-Ecuador.

MARTINEZ, Estrada Luis “La divulgación de la Ciencia: Apostolado o...”

NUÑEZ, C. Pilar, “Percepción Pública de la Ciencia y la Tecnología en Ecuador”

PICOÍTA José, PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE VILCABAMBA, archivo de 23 de abril de 2006.

ROMÁN GUBERN: Mensajes Icónicos en la Cultura de Masas. Editorial Lu- . man, Barcelona

RINCÓN, Estrella, Educomunicación (video educativo): Pantalla e Identidad, Quito, 1999

SENPLADES: Plan Nacional de Desarrollo

SENACYT, Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

SENACYT, Plan Nacional de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico

<http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo> (05 de abril de 2011 // 15:40)

http://qltural.iup.es/index.php?option=com_content&view=article&id=229:hacia-los-nuevos-retos-del-periodista-moderno&catid=49:continuar&Itemid=66 (5 de abril de 2011 Hora 16:30)

http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm (05 de abril de 2011 Hora 17:04)

ATL.- Medios tradicionales o formales/ BTL.-Medios no tradicionales o no formales/ TTL: Medios multifase o multimedia

<http://veneno.com/2002/v-64/carl-64.html> (03/07/2010 Hora: 23:04)

www.monografias.com (4 de enero de 2011)

<http://tiscar.wikispaces.com/file/view/1.1.educomunicacion.pdf> (05 de abril de 2011 Hora 17:31)

http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php (5 de abril de 2011 Hora 17:44)

<http://octavocfacso.blogspot.com/2009/05/educomunicacion.html> (05 de abril de 2011 Hora 18:16)

<http://www.slideshare.net/mariacecilia1234/la-educomunicacin> (5 de Abril de 2001 Hora 21:13)

ANEXO 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE PREGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
DATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO
PARA ENTREVISTA A EXPERTOS EN PRODUCCIÓN DE VIDEO.

QUÉ	Entrevista
QUIÉN	POSTULANTES: Silvana Elizabeth Peralta Carpio Darwin Valarezo Lozada
AQUIÉNES	Expertos en Producción de Video Lic. David Neira Lic. Jorge Reyes Diego Robles
CUÁNDO	FECHA Según el cronograma
DÓNDE	Loja: En la Universidad Nacional de Loja (y/o en sus lugares de trabajo u oficina)
CÓMO	Entrevista en vivo, para el efecto se recurrirá a: Envío de comunicación escrita (oficio indicando sobre el asunto de la entrevista) Confirmación de la entrevista, determinando el lugar y la fecha y la hora de la entrevista La información de la entrevista se recabará en físico y magnético
CUÁNTAS	Tres (3 expertos en Producción de Video)
CON QUÉ	INSTRUMENTO: Cuestionario (ver anexo 1B)
PARA QUÉ	Para conseguir insumos que permitan dar respuesta a los objetivos específicos 1, 2, 3 y a las hipótesis



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION

NIVEL DE PREGRADO

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA A EXPERTOS EN PRODUCCIÓN
DE VIDEO**

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente se digne responder a las siguientes preguntas:

¿Cómo inciden los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los estudiantes?

R.....>>>

¿Cómo inciden los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en los estudiantes?

R.....>>>

¿Cuál es el rol que debe cumplir el profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

R.....>>>

¿Cuáles deberían ser las dimensiones técnicas y expresivas del video educacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los Colegios?

R.....>>>

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educacional en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

R.....>>>

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE PREGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
DATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO
PARA ENTREVISTA A DOCENTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

QUÉ	Entrevista
QUIÉN	POSTULANTES: Silvana Elizabeth Peralta Carpio Darwin Valarezo Lozada
A QUIÉNES	Docentes de la Carrera Comunicación Social de la UNL Mg. Sc. Wilmer Espinoza Dr. Jorge Barnuevo Lic. José Iñiguez Cartagena
CUÁNDO	FECHA Según el cronograma
DÓNDE	Loja: En sus lugares de trabajo u oficina
CÓMO	Entrevista en vivo, para el efecto se recurrirá a: Envío de comunicación escrita (oficio indicando sobre el asunto de la entrevista) Confirmación de la entrevista, determinando el lugar y la fecha y la hora de la entrevista La entrevista se recabará en físico y magnético
CUÁNTAS	Tres (3 expertos en Educomunicación)
CON QUÉ	INSTRUMENTO: Cuestionario (Ver Anexo 2B)
PARA QUÉ	Para conseguir insumos que permitan dar respuesta a los objetivos específicos 1-2-3 y a las hipótesis



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE PREGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA A DOCENTES DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente se digne responder a las siguientes preguntas:

¿Cómo afectan en los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

R.....>>>

¿Cómo afectan en los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

R.....>>>

¿Cuál debería ser el rol del profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

R.....>>>

¿Cuáles son las dimensiones de incidencia técnica y expresiva del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los Colegios?

R.....>>>

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional y que deberían considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja?

R.....>>>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE PREGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSUMOS PARA PROPUESTA ALTERNATIVA.-
ENTREVISTA A PSICÓLOGA Y TRABAJADORA SOCIAL

QUÉ	Entrevista
QUIÉN	POSTULANTES: Silvana Elizabeth Peralta Carpio Darwin Valarezo Lozada
A QUIÉNES	Dra. Carmen Salcedo Lic. Dina Barrigas
CUÁNDO	FECHA Según el cronograma
DÓNDE	Vilcabamba: En la Parroquia de Vilcabamba (En sus lugares de trabajo u oficinas)
CÓMO	Entrevista en vivo, para el efecto se recurrirá a: Envío de comunicación escrita (oficio indicando sobre el asunto de la entrevista) Confirmación de la entrevista, determinando el lugar y la fecha y la hora de la entrevista La entrevista se recabará en físico y magnético
CUÁNTAS	Dos (2 expertos en Psicología y Orientación Vocacional)
CON QUÉ	INSTRUMENTO: Cuestionario (Ver anexo 3B)
PARA QUÉ	Para conseguir insumos que apoyen la construcción de la propuesta alternativa

ANEXO 7



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE POSTGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA PARA APLICAR A PSICÓLOGA Y TRABAJADORA
SOCIAL

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente se digne responder a las siguientes preguntas:

¿Considera que los canales formales de comunicación son los adecuados para llegar a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, desde sus dimensiones: técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

Si () NO ()

¿Qué medios Audio Visuales serían los más idóneos?

Video Educomunicacional ()

Video loop ()

Otros (cuáles).....

¿Qué debería incluirse en el audio visual Educomunicacional?

Animación ()

Actoral ()

Tipo Spot ()

Documental ()

¿Cómo debería ser la forma y el fondo del video Educomunicacional?

R:.....>>>

¿Qué se debería puntualizar en el texto o discurso del video Educomunicacional?

R:.....>>>

Gracias por su colaboración gracias



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE POSTGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA A ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO
VILCABAMBA

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente te dignes responder a las siguientes preguntas:

Edad		
.....		Género Masculino ()
8vo de básica	()	Género Femenino ()
9no de básica	()	
10mo de básica	()	
1ro de bachillerato	()	
2do de bachillerato	()	
3ro de bachillerato	()	

¿En las clases que vienen impartiendo los docentes, han usado como didáctica videos educomunicacionales desarrollados en la Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Sabes lo que es el video educomunicacional?

Si () No ()

¿Conoces si alguna persona(s) realiza(n) videos educomunicacionales en la parroquia de Vilcabamba?

Si () No ()

¿Te gustaría participar en la elaboración de videos educomunicacionales en la Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Qué temas deberían ser abordados para los videos educomunicacionales? Seleccione uno:

- () Turismo
- () Alcoholismo
- () Drogadicción
- () Autoestima
- () Puntualidad
- () Cuidado del agua
- () Salud
- () Cultura
- () Ciencia
- () Tecnología
- () Otros

¿Según tu criterio cómo debería ser hecho el video educomunicacional?

R.....si te falta espacio responde al

reverso>>

Gracias por tu colaboración

ANEXO 9



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE PREGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
DATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO
PARA ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA

QUÉ	ENCUESTA
QUIÉN	POSTULANTES: Silvana Elizabeth Peralta Carpio Darwin Valarezo Lozada
A QUIÉNES	Padres de Familia de los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja
CUÁNDO	FECHA Según el cronograma
DÓNDE	En los predios de los colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja.
CÓMO	Se visitará las aulas de los estudiantes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja
CUÁNTAS	70 instrumentos
CON QUÉ	INSTRUMENTO: Cuestionario
PARA QUÉ	Para conseguir insumos que permitan dar respuesta a los objetivos específicos 1-2-3 y a las hipótesis; y, propuesta alternativa

ANEXO 10



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE POSTGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente se digne responder a las siguientes preguntas:

Edad.....

Género Masculino ()

Género Femenino ()

¿Sus hijos y/o representados han usado en el salón de clase video realizados en la Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Conoce que es el video educomunicacional?

Si () No ()

¿Sabe si alguna persona(s) realiza(n) videos educomunicacionales en la parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Le gustaría participar (directa o indirectamente) en la realización de videos educomunicacionales de la parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Qué temas deberían ser abordados para los videos educomunicacionales? Seleccione uno:

- () Turismo
- () Alcoholismo
- () Drogadicción
- () Autoestima
- () Puntualidad
- () Cuidado del agua
- () Salud
- () Cultura
- () Ciencia
- () Tecnología
- () Otros

¿Según su criterio cómo debería ser hecho el video educomunicacional?

R.....si le falta espacio responda al
reverso>>

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION

NIVEL DE PREGRADO

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

DATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

PARA ENCUESTA A DOCENTES

QUÉ	ENCUESTA
QUIÉN	POSTULANTES: Silvana Elizabeth Peralta Carpio Darwin Valarezo Lozada
A QUIÉNES	Docentes del colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja
CUÁNDO	FECHA Según el cronograma
DÓNDE	En los salones de clase del colegio Nacional Mixto Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja.
CÓMO	Se pedirá permiso al Rector del colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja, para aplicar el instrumento durante los recesos.
CUÁNTAS	30 instrumentos
CON QUÉ	INSTRUMENTO: Cuestionario
PARA QUÉ	Para conseguir insumos que permitan dar respuesta a los objetivos específicos 1-2-3 y a las hipótesis; y, propuesta alternativa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACION
NIVEL DE POSTGRADO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA A DOCENTES

Los Postulantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de estudiar el uso del video educomunicacional aplicable a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja; solicitan comedidamente se digne responder a las siguientes preguntas:

Especialidad de la docencia	Género Masculino () Género Femenino ()
--	---

¿Ha utilizado en el salón de clases videos educomunicacionales realizados en la Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Sabe Usted lo que es el video educomunicacional?

Si () No ()

¿Conoce si alguna persona (s) realiza (n) videos educomunicacionales Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Le gustaría participar en la realización de videos educomunicacionales,
en la Parroquia Vilcabamba?

Si () No ()

¿Qué temas deberían ser abordados para los videos
educomunicacionales? Seleccione uno:

- () Turismo
- () Alcoholismo
- () Drogadicción
- () Autoestima
- () Puntualidad
- () Cuidado del agua
- () Salud
- () Cultura
- () Ciencia
- () Tecnología
- () Otros

¿Cómo debería ser hecho el video educomunicacional?

R.....si le falta espacio responda al reverso>>

Gracias por su colaboración

ANEXO 13

ENTREVISTA A EXPERTOS EN PRODUCCIÓN DE VIDEO

ENTREVISTA A DAVID NEIRA

¿Cómo inciden los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los estudiantes?



La parte económica es fundamental al momento de realizar cualquier trabajo, indudablemente cuando se menciona videos de carácter educomunicativos. En la parte técnica demanda de gastos ya que es necesario contar con los instrumentos que nos permitirán trabajar. Debemos considerar que en la parte expresiva y didáctica también se debe contar con un presupuesto porque se usa materiales para que lleguen al público objetivo.

¿Cómo inciden los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en los estudiantes?

Todos los videos, por lo general, tienen una influencia social porque el objetivo primordial es llegar al espectador y que él se sienta identificado con lo expuesto. En estos casos, el video puede cambiar ciertas perspectivas o formas de pensar al público que observa, es decir, puede generar conciencia, nuevas ideas, puede permitir conocer cosas

ocultas o no conocidas. Con todo esto, da la opción de socializar luego de la proyección del video que en este caso sería educativo.

¿Cuál es el rol que debe cumplir el profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Los profesionales en comunicación deben poner en práctica lo que han aprendido a lo largo de los años de estudio, esto es, hacer un correcto estudio de la problemática, elaborar un producto audiovisual de calidad con estructura definida, que contenga recursos periodísticos e investigación, que sea perdurable en el tiempo, con una buena fotografía, con buena mezcla de sonido y obviamente sea bien visible y audible.

¿Cuáles deberían ser las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los colegios?

Primeramente hablaríamos del formato de televisión que sería americano con 480 líneas de video y en dimensiones de 720 por 480 pixeles, siendo lo estándar para la televisión. Los colores deben ser los más vivos posibles, sin distorsiones, no muy oscuro para poderlo divisar o muy claro o blanco porque saldrían las imágenes muy saturadas, ello en caso de un video normal. Si hablamos de un video multimedia o para la web se podría bajar la calidad a 352 por 240 pixeles, que es más liviana. Se puede variar los formatos dependiendo de los intereses del productor.

En la parte expresiva, no se debe tratar de extender mucho, ni hacer redundancias tanto en el diálogo como en las imágenes que se observan.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Luego de realizar una completa investigación, primeramente se debería tratar de organizar el material obtenido, revisar minuciosamente cuál es la intención del video y realizar un esquema de lo que se busca. Con esto se puede hacer una estructura detallada de los puntos importantes y de lo que se va a filmar. Hay que determinar cuáles son elementos y materiales a utilizar para que el video sea lo más nítido posible con buen audio y una buena trama, el cual servirá en su caso como método de aprendizaje para los y las estudiantes de este colegio. De este tipo de videos, no se conoce mucho que haya habido o realizado en este lugar, lo cual es un aval importante para fomentar en los jóvenes la idea de incursionar en este mundo.

ENTREVISTA AL LICENCIADO JORGE REYES

¿Cómo inciden los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los estudiantes?



La parte económica es un aspecto primordial

dentro de lo referente al desarrollo y ejecución de los productos audiovisuales, en este caso videos educomunicacionales. Considero que sin el parámetro económico es complicado porque nosotros podemos tener la idea, inclusive los lugares y las personas que nos van a ayudar, pero debemos financiar algunas cosas como transporte, estadía, alimentación, los instrumentos a utilizar, entre otros factores. Diría que la parte económica ayuda si se quiere en un 50% en la producción de los videos.

¿Cómo inciden los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en los estudiantes?

La parte social cumple un papel preponderante porque al menos en este tiempo los jóvenes prefieren realizar diferentes actividades como escuchar música, salir con los amigos, jugar, ver televisión, en fin, pero no dedicarse a leer o estudiar.

Si bien es cierto antes a la televisión se la utilizaba como parte de entretenimiento, ahora se la puede emplear como medio de educación. Con esto se debe considerar la forma de llegar a los estudiantes, con un buen video que los haga sentirse identificados y que los ayude en su formación.

¿Cuál es el rol que debe cumplir el profesional en Comunicación Social en la constitución del video

edudomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

El rol principal del profesional en la comunicación debería ser educar. Los comunicadores lastimosamente han pasado a formar las líneas de reporteros, camarógrafos, presentadores o locutores, mas no de investigadores o buscar nuevas alternativas para abrir el mercado. La aspiración sería comunicadores propositivos con nuevas alternativas de comunicar, entretener, informar y educar a la sociedad con diferentes parangones. Para ello se necesita trabajar en ideas innovadoras y productivas.

¿Cuáles deberían ser las dimensiones técnicas y expresivas del video edudomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los colegios?

Creo que para realizar un video debemos conocer la parte técnica, enmarcada en el sonido, fotografía, montaje, escenografía, actores, actrices; puesto que esto ocupa un gran porcentaje de la magnitud del video.

Vale destacar que no se puede dejar de lado la esencia del guión, tiene que llevar un buen sustento investigativo para poder llegar al público objetivo. Debe considerarse una confabulación en la parte técnica y logística para hacer un buen video que llene las expectativas de quienes lo observarán.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educacional en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Primero, investigar las falencias y el hecho. Considero que para esta clase de videos se debe considerar la parte investigativa, luego la parte estética y de ahí las estrategias a utilizar para poder difundir estos productos y llegar a los jóvenes.

La idea es impactar a los presentes, que salgan con nuevas ideas y tengan ganas de socializar sobre esta problemática.

ENTREVISTA A DIEGO ROBLES

¿Cómo inciden los factores económicos en la implementación del video educacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en los estudiantes?



Al hablar de producción de videos, el factor económico es uno de los más importantes porque de eso depende la calidad del trabajo que se hará y su duración. Este factor determina hasta cierto punto cómo será el video. Puedo tener muchas ideas pero si no hay presupuesto para hacerlo la situación se complica.

En este caso de los videos educacionales se debe manejar la creatividad para llegar a los jóvenes, así como saber utilizar instrumentos como escenografías y materiales no muy costosos. Ello

permitirá abaratar costos y, en la medida de lo posible, ser financiado por la institución. Aconsejo realizar los videos en el mismo lugar para reflejar el problema o tema que se efectúe porque será más creíble e interesante para el público.

¿Cómo inciden los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en los estudiantes?

Hay que determinar a qué público vamos a dirigir porque no podemos hacer un video, por ejemplo, para la Costa y presentarle a los de la Sierra, esto, de cierto modo, chocaría por decirlo así.

Vale mencionar que a la sociedad le gusta videos que le llamen la atención, caso contrario, poca importancia le darán. Se debe trabajar con los instrumentos necesarios y de acuerdo a la situación. Además debemos considerar que debe haber una buena investigación y dominio del tema a presentar para poder hacer el rodaje.

¿Cuál es el rol que debe cumplir el profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

El comunicador debe ser un ente social que no solo dé una información, sino que busque la forma de construir la información para hacerla más atractiva, pero con esto no digo que se invente situaciones

inciertas, sino que a toda la información obtenida le dé un tratamiento adecuado.

Cuando se vaya a presentar una realidad se lo debe hacer de una forma ética y con la suficiente claridad. Los comunicadores deben apuntar, en el caso de los videos educativos, a dar pautas para que los estudiantes puedan generar cambios o aprender algo nuevo y de una forma diferente.

¿Cuáles deberían ser las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los colegios?

Sobre todo cuando se trata de jóvenes se debe presentar cosas novedosas y si se quiere llegar a ellos se debe sentir y pensar como joven. Se les puede mostrar algo que no les interese mediante el video, eso sí valiéndose de detalles importantes como el humor, el dinamismo, el modo de hablar, vestimenta, haciendo animaciones, videos musicales, diálogos o como sea más apropiado, pero que se refleje el espectador con lo expuesto.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Es bueno que a los problemas se los presente con las causas para hacer más interesante el contenido, así como evidenciar alternativas para

superar un inconveniente, pero de una forma que no sea como una imposición, porque el anti valor no enseña.

Se puede valer de campañas novedosas que creen expectativas y capten la atención de los jóvenes, pero que también involucre a los maestros y padres de familia, siendo una herramienta muy sutil.

ENTREVISTA A DOCENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ENTREVISTA AL DOCTOR JORGE BARNUEVO

¿Cómo afectan en los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?



Los videos educomunicacionales constituyen una estrategia de variadas temáticas que se pueden utilizar para el proceso de enseñanza-aprendizaje. Estos productos audiovisuales sirven como una nueva metodología de estudio, el cual puede ser muy eficaz si se le da el debido tratamiento. De acuerdo a esto, el desarrollo y ejecución de los productos audiovisuales demandan de un gasto, de acuerdo a lo que se hará y la magnitud de las circunstancias. Esto se

debe considerar para que el video sea del agrado del público al cual se lo va presentar.

¿Cómo afectan en los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

Todos los mensajes antes de ser transmitidos tienen que estar en concordancia con los requerimientos de los perceptores, donde se determina el enfoque, la formación, estructura y fondo que se le va a dar, tomando en cuenta el nivel de conocimientos sea este alto, medio o bajo. De acuerdo a estas aristas, se debe construir los mensajes que cumplan con las expectativas del público.

¿Cuál debería ser el rol del profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Creo que una de las actividades importantes por donde pueden incursionar los comunicadores es educar con alternativas nuevas a los alumnos, para salir de los estereotipos que vienen desde hace muchos años en las entidades formativas de primer y segundo niveles.

Una de las funciones de los comunicadores es utilizar los métodos de enseñanza y qué mejor que sean estos audiovisuales que pueden generar mejores resultados.

¿Cuáles son las dimensiones de incidencia técnica y expresiva del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los Colegios?

Por lo general, a los jóvenes les gusta pasar mucho tiempo en la televisión y es ahí la base de la aceptación porque van a aprender mediante esta alternativa. Es indudable el aporte que se puede dar mediante los videos; eso sí, siempre y cuando sean bien estructurados, generándoles curiosidad y, ante todo, los invite a formar un cambio significativo al conocimiento. La televisión se convirtió en una alienación sobre todo en los jóvenes, por esto es necesario darle este rumbo educativo y formativo.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional y que deberían considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja?

Es indispensable realizar campañas de comunicación preventivas para evitar cualquier tipo de anomalías. Ese debería ser el enfoque, tratar de conocer cuáles son los inconvenientes y trabajar con videos, siendo lo más aconsejable acorde a esas necesidades, dando obviamente algunas sugerencias o alternativas para salir del impasse.

ENTREVISTA AL LIC. WILMER ESPINOZA.

¿Cómo afectan en los factores económicos en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?



La parte económica es fundamental para adquirir tecnologías y poder procesar esa información mediante estas alternativas.

El sustento económico indudablemente ayuda para la preproducción, producción y postproducción de los videos. Por otro lado, los colegios no están en condiciones de tener estos implementos para producir videos educomunicacionales, por lo cual es necesaria la inversión para cumplir con los gastos que demandan.

¿Cómo afectan en los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

Son importantes estos factores porque están concatenados con las personas, por lo cual implica que directa o indirectamente van a tener con el proceso mínimo del desarrollo de una producción. Socialmente un video puede afectar a la población cuando influye sobre ésta, sea para promocionar productos, bienes o servicios o para educar sobre algún

tema determinado. El objetivo sería llegar con nuestro producto y que satisfaga a las necesidades del público que nos observa.

¿Cuál debería ser el rol del profesional en Comunicación Social en la constitución del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica en el proceso de enseñanza de los estudiantes?

Los graduados en comunicación deberían trabajar en función de su profesionalismo, basándose en la educación y en la forma de procesar bien la información para recabar los elementos necesarios y de la misma manera con ese procesamiento llevarlos a la colectividad, a efecto de que éstos surtan buenos resultados, elementos propositivos en el hacer de un conglomerado mayor o superior.

¿Cuáles son las dimensiones de incidencia técnica y expresiva del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los Colegios?

La incidencia técnica nos llevará primeramente a acercarnos a las tecnologías. El estudiante en formación tendrá la posibilidad de ejercitarse, ya no solo con elementos teóricos sino también con elementos prácticos. En esa dimensión técnica veremos que se convertirá en un actor y constructor del pensamiento y por consiguiente de razones sociales.

Por otro lado, una razón de carácter etnográfico nos permitirá una atmósfera social. El estudiante puede decir a mi colegio le falta esto,

entonces, buscará y procesará la información. El que hacer del estudiante es fundamental porque le permitirá vincularse desde ya con las colectividades y ayudar en su formación.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educacional y que deberían considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja?

Aquí debemos determinar las problemáticas a tratar, manejándolo en la parte de formación, en la parte de capacitación, entre otras. Esto implica mayor formación y cuidado. Tenemos que hacer pensar a nuestra mente, mediante análisis de libros, historias y la puesta en marcha del desarrollo de preproducción, producción y postproducción del mismo. No se trata solo de hacer tomas, ni encuadres, sino que se cumpla con el objetivo planteado.

ENTREVISTA AL DOCTOR MILTON ANDRADE TAPIA

¿Cómo afectan en los factores económicos en la implementación del video educacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

Diría que es algo importante en el desarrollo de un video educacional, pero más es un



tema de creatividad porque ahora se cuenta con tecnología, por decirlo así, barata y está a la mano, lo cual nos motiva a utilizar medios alternativos para poder hacer un video sin demandar de muchos gastos.

¿Cómo afectan en los factores sociales en la implementación del video educomunicacional en sus dimensiones técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza de los alumnos?

Diría que hay un gran mercado de competencia, el cual está presente en todo lado, hablemos de televisión por cable, DVD, filmes, cortos, películas, etcétera, a los cuales se puede tener acceso. Pero dentro de esto se encuentra también enciclopedias en Cd sobre diferentes materias que pueden servir como método de estudio, pero que los jóvenes no se valen de estos métodos.

La posibilidad de recurrir al desarrollo de videos educomunicacionales para enseñar a una colectividad está abierta y se la debería explotar. Los trabajos se deben cimentar desde el punto de vista que la imagen enseña y le gusta a la juventud aprender por este medio.

¿Cuáles son las dimensiones de incidencia técnica y expresiva del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los Colegios?

Este tema del comunicador es muy amplio, pero en esta parte debe inmiscuirse el graduado en los procesos académicos y educativos, a partir de los cuales se pueda acompañar un paquete instruccional o el perfil de formación de una persona.

En el caso de los jóvenes de colegio es necesario un buen equipo, creatividad y saber lo que el docente quiere comunicar para poderlo transmitir. Debe hacerse un estudio previo con estos elementos para hacer una propuesta pertinente.

¿Cuáles deberían ser las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional que deben considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes de los colegios?

En este caso de los jóvenes debemos ubicar las edades, a partir de lo cual vamos a determinar cuáles son sus intereses, gustos o conductas. Estos factores son determinantes para conseguir nuestros propósitos de coadyuvar a una formación.

Debemos delimitar el grupo al cual nos vamos a dirigir, qué es lo que se va a mostrar, cuáles son los objetivos, qué elementos técnicos voy a utilizar, entre otros detalles. Al final sería importante ver con el grupo focal el video y después socializarlo para conocer la lectura que sacaron los perceptores.

¿Cuáles son las sugerencias que usted aporta para realizar desde las dimensiones técnicas y expresivas del video educomunicacional y que deberían considerarse en el proceso de enseñanza de los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba de la Parroquia del mismo nombre del Cantón y Provincia de Loja?

Considero necesario estudiar a la audiencia que se va a llegar, luego plantearme objetivos educativos con ese video, determinar la

cantidad de información que voy a dar. Si el tema es demasiado profundo lo trabajo como una serie, en capítulos o una sola, es decir, buscar la opción más idónea para cumplir con mi meta.

Otro factor importante es que se lo debe hacer al video lo más sencillo posible porque el mal abuso de los efectos termina confundiendo a quienes lo observan. Sería aconsejable también irlo analizando y evaluando con los docentes como también con jóvenes de la misma edad para hacer un producto de buena calidad.

**ENTREVISTA A LA PSICÓLOGA Y TRABAJADORA SOCIAL
CARMITA SALCEDO, PSICÓLOGA DEL COLEGIO NACIONAL MIXTO
VILCABAMBA**

¿Considera que los canales formales de comunicación son los adecuados para llegar a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, desde sus dimensiones: técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza-aprendizaje?



Sí, porque mediante los videos podemos llegar a los jóvenes más fácilmente. Las alternativas de comunicación hoy en día son un método fehaciente y con perspectiva visionaria para estar más al contacto con los jóvenes.

complicado. Si les aburre ya no ponen atención y se empiezan a inquietar. Debe ser algo animado con la finalidad de llegar a los estudiantes.

Aconsejo que alumnos de nuestro establecimiento sean los actores y actrices de estos videos educacionales, porque les permitiría desarrollar sus habilidades y los incentivará a continuar produciendo y siendo parte de nuevas alternativas de este tipo.

¿Cómo debería ser la forma y el fondo del video Educomunicacional?

Con temáticas actuales, enfocados a proyectar los deberes que tienen tanto los padres de familia como los alumnos. Un trabajo de este tipo debe contar con la colaboración de tres aspectos principales que son los padres de familia, docentes y estudiantes.

¿Qué se debería puntualizar en el texto o discurso del video Educomunicacional?

Un diálogo con palabras no muy técnicas para que haya una buena comprensión por parte de los alumnos. La elaboración de videos educacionales me parece muy buena idea, ya que serían realizados por alumnos de nuestro establecimiento y, a la vez, una gran oportunidad para que se inclinen por los medios de comunicación.

Lic. Dina Barrigas, trabajadora Social del colegio Nacional

Mixto Vilcabamba

¿Considera que los canales formales de comunicación son los adecuados para llegar a los estudiantes del Colegio Nacional Mixto Vilcabamba, desde sus dimensiones: técnica, expresiva y didáctica, en el proceso de enseñanza-aprendizaje?



Los medios de comunicación son una buena alternativa para mejorar la enseñanza-aprendizaje en los alumnos de secundaria. Hay que considerar que la televisión ha ganado adeptos impresionantes, porque consigue mantener concentrado a los jóvenes.

Con esta alternativa educacional se podría llegar muy lejos, ya que son herramientas de atracción intensa para la juventud. Las temáticas que se les presente en video, les permitirá salir de la rutina que viven a diario en las aulas. Además podría generar cambios productivos, tanto en los estudiantes como en los docentes, porque se dejaría la monotonía.

¿Qué medios Audio Visuales serían los más idóneos?

Video Educomunicacional (x)

Video loop ()

Otros (cuáles).....

Hoy en día se habla mucho de los videos educomunicacionales, considerados herramientas de trabajo de gran ayuda para los docentes.

En varios colegios del país se utiliza esta alternativa de aprendizaje, lo cual se ha convertido en un buen método para llegar a los jóvenes.

En el caso de los estudiantes se observa una importante aceptación, porque mejora su concentración en las horas clase, además genera desenvolvimiento y los motiva a ser más participativos. Esto se podría complementar con debates entre los compañeros y el docente para llegar luego a una conclusión.

¿Qué debería incluirse en el audio visual Educomunicacional?

- | | |
|-------------------|------------|
| Animación | () |
| Actoral | (x) |
| Tipo Spot | () |
| Documental | (x) |

Se podría decir que actualmente la televisión forma en ciertos ámbitos a los chicos. Esto debido a la creatividad de las imágenes y a los audios que les llaman su atención.

Sería importante que los videos sean trabajados de esa forma, mezclando todos los elementos necesarios para tener un material de calidad que satisfaga las expectativas del estudiante, para que se sienta de alguna forma identificado con el tema a tratar.

¿Cómo debería ser la forma y el fondo del video Educomunicacional?

Me gustaría que sean videos ilustrativos de la relación misma de la comunidad para tomar conciencia y mejorar la problemática, mediante socio-dramas con la participación de los alumnos.

Es necesario que personas especializadas elaboren el guión para presentar los documentales, reportajes, entre otros elementos de comunicación, a los alumnos y que éstos acojan en la vida práctica.

¿Qué se debería puntualizar en el texto o discurso del video Educomunicacional?

Se debería manejar un lenguaje acorde a la edad y de la forma de vida de los estudiantes. Las temáticas deben ser bien elaboradas, con el propósito que los alumnos entiendan fácilmente el mensaje y que promueva un cambio en su comportamiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>CONTENIDOS</u>	<u>PÁGINA</u>
Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Esquema de tesis	vi
Título	1
Resumen en castellano e inglés	2
Introducción	4
Revisión de Literatura	9
Materiales y Métodos	18
Resultados	26
Discusión	96
Conclusiones	90
Recomendaciones	94
Propuesta	98
Bibliografía	152
Anexos	154
Proyecto de Tesis Aprobado	155
Índice de Contenidos	261