

**DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS AUDIOVISUALES:
MODELO DE FORMACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON
ESTUDIANTES EN PRIMEROS SEMESTRES DEL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA**

YEISON CAMILO CONDE GONZÁLEZ

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social – Periodista

Director

LIZANDRO ANGULO RINCÓN

Doctor en Comunicación

**UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y ARTES
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
IBAGUÉ – TOLIMA
2018**

ACTA DE SUSTENTACIÓN

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y ARTES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL -PERIODISMO

ACTA DE SUSTENTACIÓN PÚBLICA

Estudiantes: yeison Camilo Conde

Director: Lizandro Angulo

Con el fin de presenciar y calificar la sustentación pública del mismo.

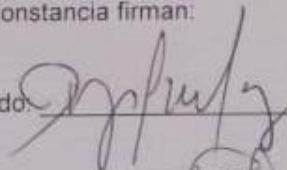
Las calificaciones otorgadas por los miembros del jurado son:

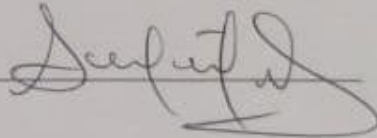
JURADO	INFORME FINAL ESCRITO 80%	SUSTENTACIÓN PÚBLICA 20%	DEFINITIVA
Diego Avendaño	5.0	5.0	5.0
Marsol Mesa	4.8	5.0	4.9
	4.9	5.0	4.92


Concepto:

Siendo las: 12:40 pm. el día 5 octubre de 2018.

En constancia firman:

Jurado: 

Director: 

Jurado: 

Director: _____

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Lucero, Jaime y Yesid. Quienes desde el primer momento que manifesté estudiar este pregrado me han apoyado desde diferentes formas para crecer como profesional.

A Jessica, Zully y Cenuver, quienes de ellos aprendí a trabajar en equipo y adquirir el amor por la producción y educación audiovisual.

Al docente Lizandro Angulo Rincón, quien desde la primera idea de este trabajo me acompañó y orientó con constancia, rigor y dedicación en el proceso para construir lo que hoy es este documento y aportó a mi formación en investigación desde la comunicación social.

Al programa de Comunicación Social – Periodismo, así como a todos los integrantes de los laboratorios Tu Radio y Audiovisual, liderados por los docentes Marisol Mesa y Diego Avendaño, quienes durante el proceso de intervención estuvieron atentos a colaborar con la mejor disposición a esta propuesta.

A los participantes del modelo de formación de los semestres A y B 2017, y A 2018 del programa de comunicación social – periodismo. Sin su interés, participación, dedicación y confianza en este proyecto, este trabajo no sería posible.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
1. NUESTRA BASE	15
1.1 ANTES DE ESTE TRABAJO	15
1.2 UNA MIRADA INSTROSPECTIVA	16
1.3 EL FUTURO DEL PROGRAMA	19
1.4 EN LA ACTUALIDAD	21
1.5 OBJETIVOS	22
1.5.1 General	22
1.5.2 Específicos	22
2. APORTES DESDE LA TEORÍA	23
2.1 LA COMUNICACIÓN EDUCACIÓN	23
2.1.1 Educación para los medios	25
2.1.1.1 Producción de medios	27
2.2 LAS COMPETENCIAS EN LA EDUCACIÓN	30
2.3 LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	31
2.3.1 El análisis y la planeación audiovisual	32
2.4 LA RELACIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN LA COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN AUDIOVISUAL	34
3. ¿CÓMO SE PLANTEA LA INTERVENCIÓN? (METODOLOGÍA)	38
3.1 DIAGNÓSTICO	38
3.2 SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS	39
3.3 CREACIÓN DEL MODELO	40

3.4 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	46
3.5 DISEÑO DE ENCUESTA	47
4. ¿CÓMO SE APLICÓ LA INTERVENCIÓN? (HALLAZGOS)	49
4.1 TALLERES SEMESTRE A Y B 2017	49
4.1.1 Sesión 1: inducción a la radio	49
4.1.2 Sesión 2: identificación y construcción de propuestas radiales	50
4.1.3 Sesión 3: componentes técnicos de la radio y su beneficio social	51
4.1.4 Sesión 4: el guion radial	52
4.1.5 Sesión 5: conectar historias	53
4.1.6 Sesión 6: conociendo una emisora radial	54
4.1.7 Sesión 7: edición en audio	54
4.1.8 Sesión 8: inducción al video	55
4.1.9 Sesión 9: aspectos técnicos del audiovisual I	56
4.1.10 Sesión 10: aspectos técnicos del audiovisual II	57
4.1.11 Sesión 11: primeros encuentros con el cortometraje	59
4.1.12 Sesión 12: uso de la imagen y el texto para contar historias	60
4.1.13 Sesión 13: edición de un audiovisual	61
4.1.14 Sesión 14: preproducción audiovisual	63
4.1.15 Sesión 15: producción audiovisual	65
4.1.16 Sesión 16: postproducción audiovisual	69
4.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	70
4.2.1 Pregunta 1. ¿Cuál de los siguientes temas considera usted que aprendió o reforzó al finalizar los talleres?	70
4.2.2 Pregunta 2. ¿Cómo calificaría usted los siguientes elementos?	71
4.2.3 Pregunta 3. ¿Qué le agregaría al taller para fortalecerlo?	75
4.2.4 Pregunta 4. ¿Qué le quitaría al taller para fortalecerlo?	75
4.2.5 Pregunta 5. ¿Recomendaría usted el taller a otros compañeros de comunicación social?	76
4.2.6 Pregunta 5.1 ¿Por qué?	76

5. RESULTADOS	78
5.1 DESDE LOS PARTICIPANTES	78
5.2 DEL MODELO DE FORMACIÓN	79
5.3 DESDE LA ENCUESTA	80
5.4 DE LOS PRODUCTOS OBTENIDOS	81
6. CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS	92

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 Materias audiovisuales del programa comunicación social, pensum 2006	17
Figura 2 Electivas relacionadas con producción audiovisual, pensum 2006	18
Figura 3 Propuesta de materias audiovisuales para el programa de comunicación social, pensum 2017	20
Figura 4 Evidencia sesión 1 inducción a la radio semestre A 2017.....	50
Figura 5 Evidencia ejercicio carrera de relevos semestre A y B 2017.....	51
Figura 6 Videoclip para explicar la ambientación sonora Semestre A.....	52
Figura 7 Ejemplo de guion radial.....	53
Figura 8 Grabación en cabina de la emisora Tu Radio Semestre A.....	54
Figura 9 Taller de edición en audio	55
Figura 10 Reunión de grupo para formalizar ideas de producto final semestre B	56
Figura 11 Ejercicios de actuación.....	57
Figura 12 Ejercicios de iluminación	58
Figura 13 Ejercicio de fotografías y planos.....	59
Figura 14 Ejercicios de actuación frente a personas externas semestre B	60

Figura 15 Ejemplo de guion literario realizado en los talleres semestre A y B	61
Figura 16 Taller en edición de video semestre A y B	62
Figura 17 Taller en manejo de equipos (cámara, trípodes y boom) semestre A	62
Figura 18 Taller en manejo de equipos (cámara, trípodes y boom) semestre B	63
Figura 19 Formato desglose de guion semestre B	64
Figura 20 Ejercicio final de video veloz	64
Figura 21 Taller diversidad sexual, aceptando las diferencias semestre A	65
Figura 22 Grabación cortometraje final	66
Figura 23 Finalización grabación del producto final	67
Figura 24 Grabación videoclip final semestre B 2017	68
Figura 25 Finalización de la grabación del producto final.....	69
Figura 26 Proceso de edición videos finales	69
Figura 27 Imagen pregunta 1	70
Figura 28 Atención de la(s) persona(s) que pertenecen a la emisora "Tu Radio".	71
Figura 29 Préstamo de la cabina de la emisora "Tu Radio" para pregrabados radiales	72
Figura 30 Atención de la(s) persona(s) que pertenecen al laboratorio audiovisual	72

Figura 31 Aula de los talleres (17-01) y equipos usados en clase.	73
Figura 32 Contenido y desarrollo del taller	73
Figura 33 Orientación del tallerista.	74
Figura 34 Préstamo de los equipos del laboratorio audiovisual.	75
Figura 35 ¿Recomendaría el taller a otros compañeros de comunicación social?.....	76

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Campos y subcampos de la comunicación educación en el país	25
Tabla 2 Cantidad y tiempo de duración de los talleres	41
Tabla 3 Contenido de los talleres	42
Tabla 4 Nueva relación de talleres y duración	83
Tabla 5 Modelo de formación ajustado	84

RESUMEN

Con el propósito de actualizar el plan de estudios del programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima, se manifiestan diferentes reclamos y sugerencias para incluir materias ligadas a la producción audiovisual en los primeros semestres, debido a que se perciben cursos con alto contenido teórico, poco práctico, lo cual no permite adquirir competencias para realizar productos audiovisuales. Se propone crear 4 talleres (desde I a IV semestre) en un nuevo plan de estudios para mejorar esta situación, pero a unos años de hacer el cambio de pensum, ¿cómo se podría constatar que la inclusión de estos talleres pueden aportar al aprendizaje y la creación de productos audiovisuales? y ¿de qué forma se puede intervenir la falta de orientación en la producción audiovisual mientras empieza a regir el nuevo plan de estudios? Con esta investigación, se pretende desarrollar competencias comunicativas audiovisuales en estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima, mediante un modelo de formación integrado por talleres que mejoren el proceso de enseñanza – aprendizaje en la línea audiovisual. Para tal fin, se hace una intervención desde el mismo programa durante los semestres A y B 2017, dónde al final 30 estudiantes de primer y segundo semestre reciben capacitación en producción audiovisual (radio, video y fotografía) para adquirir bases que pueden servirles a futuro en el curso de su carrera profesional.

Palabras clave: Producción audiovisual, comunicación educación, competencias audiovisuales, radio, video, edición, fotografía.

ABSTRACT

With the purpose of updating the curriculum of the social communication program - journalism of the Universidad del Tolima, different claims and suggestions are expressed to include subjects related to audiovisual production in the first semesters, due to the fact that courses with high content are perceived theoretical, impractical, which doesn't allow to acquire skills to make audiovisual products. It's proposed to create 4 workshops (from I to IV semester) in a new curriculum to improve this situation, but a few years of making the change of the curriculum, How could you verify that the inclusion of these workshops can contribute to learning and the creation of audiovisual products? And, in What way can the lack of orientation in audiovisual production be intervened while the new curriculum begins? With this research, it is intended to develop audiovisual communication skills in students of the first semesters of the social communication program - journalism of the University of Tolima, through a training model integrated by workshops that improve the teaching - learning process in the audiovisual line. For this purpose, an intervention is made from the same program during the semesters A and B 2017, where in the end 30 students of first and second semester receive training in audiovisual production (radio, video and photography) to acquire bases that can serve them in the future in the course of his professional career.

Keywords: Audiovisual production, communication and education, audiovisual, radio, video, editing, photography.

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2014, el programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima se encamina en actualizar su plan de estudios vigente (aprobado en el año 2006). Entre las diversas razones para su actualización, se reclama y sugiere (por parte de estudiantes) que el pensum actual en sus primeros semestres tiene un alto contenido teórico, dónde no se encuentran cursos que permitan adquirir competencias en producción audiovisual. Lo anterior se contrasta con la exigencia de trabajos finales en diferentes asignaturas, dónde los productos deben ser presentados, en su mayor parte, como audiovisuales.

Para solucionar esta debilidad, en el año 2017 se crea una propuesta de nuevo pensum, dónde se adicionan 4 materias enfocadas en producción audiovisual durante los dos primeros años de la carrera profesional. Estas materias serían talleres dedicados a orientar elementos relacionados con la oralidad, la fotografía, el diseño visual y lo transmedial.

Sin embargo, no existía en ese momento una forma de comprobar si estos 4 talleres podrían aportar al aprendizaje y la creación de productos audiovisuales. Además, se debe tener en cuenta que hasta la aprobación y oferta pública del nuevo pensum, la situación de los estudiantes antiguos y nuevos continuaría igual.

¿De qué forma se puede intervenir la falta de orientación en la producción audiovisual en primeros semestres mientras empieza a regir el nuevo plan de estudios?, esta es una de las preguntas que orienta el presente trabajo nombrado “Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales”, el cual pretende a partir de un modelo de formación integrado por talleres mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje en la línea audiovisual, en estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación.

El contenido de este trabajo empieza con un primer capítulo denominado “nuestra base”, dónde se relacionan algunos antecedentes ligados a la producción audiovisual, se narra el proceso de reforma curricular que ha realizado el programa de comunicación enfocándonos en la línea audiovisual, el contexto desde el que parte la creación del modelo de formación y la propuesta de las materias audiovisuales para el nuevo pensum.

En “aportes desde la teoría” se busca relacionar 3 elementos claves para crear los indicadores base para cada sesión/taller: la comunicación educación desde la línea en educación para los medios, la comunicación audiovisual representada en la línea de producción audiovisual y las competencias en la educación.

Pasando por “¿cómo se plantea la investigación?”, se menciona el diagnóstico para empezar a crear el modelo de formación, se desglosa el componente temático de cada sesión y se diseña una encuesta para evaluar el proceso de intervención realizado, así como diferentes aspectos organizativos de los laboratorios “Tu Radio” y audiovisual.

A este punto en “¿cómo se aplicó la intervención?” se hace un recuento de cada sesión del modelo, destacando aspectos puntuales que surgen en los semestres A y B 2017. Al final se redactan y categorizan las respuestas arrojadas por la encuesta.

Para el capítulo de resultados, se encontrarán divididos de acuerdo a una clasificación: por participantes, desde el modelo de formación, desde la encuesta y un apartado dedicado a los productos obtenidos. Al final, se mencionan las conclusiones de esta intervención y se dan recomendaciones generales a quienes vean este trabajo como un proceso de réplica y unas específicas al programa de comunicación, en vista de mejorar algunas condiciones de cara al nuevo plan de estudios.

1 NUESTRA BASE

1.1 ANTES DE ESTE TRABAJO

En Latinoamérica, los procesos de intervención para la producción audiovisual son numerosos. El desarrollo de estas competencias se encuentra en constante aumento y las poblaciones beneficiarias son diversas: instituciones educativas, barrios, fundaciones, universidades, entre otras.

El siguiente apartado presentará la relación de algunas experiencias significativas, teniendo en común los procesos realizados con participación completa o parcial de estudiantes universitarios.

“Mirando como Miramos” (2010) fue un proyecto en educación para la recepción crítica de medios, enfocado en la televisión y desarrollado en Colombia. En primera instancia, es ejecutado por la Universidad Santiago de Cali en el Valle del Cauca y posteriormente se replica con otras universidades en el orden nacional, entre ellas la Universidad del Tolima. Los procesos realizados en este proyecto iniciaban con la capacitación a estudiantes de los programas de comunicación social provenientes de las universidades articuladas. Estos estudiantes serían las personas encargadas de acercarse a las comunidades para orientar los talleres en recepción crítica de medios. El taller comprende tres unidades teórico prácticas, en las que los participantes conocen cómo desarrollar una producción básica de audiovisuales y el manejo de equipos.

Juliana Florez (2011) lleva a cabo una intervención desde la comunicación audiovisual como su opción de grado. El informe se titula “La otra cara de la comunicación social: una herramienta de inclusión social”. En este proyecto se hace alfabetización audiovisual a jóvenes entre los 16 y 23 años, quienes son categorizados como población vulnerable del barrio San Cristóbal, localidad de Usaquén en Bogotá. La relación de esta intervención con el presente trabajo se encuentra en la capacitación que se realiza a

algunos estudiantes universitarios, residentes en el sector beneficiado, quienes estaban cursando estudios de pregrado. Los resultados obtenidos se resumen en 11 participantes capacitados, la articulación entre diferentes empresas y colectivos para crear y orientar los talleres audiovisuales, un video producto del trabajo durante todo el proceso de intervención y los guiones elaborados en clases.

En el Salvador, Milton Torres (2012) desarrolla un trabajo de intervención en la Universidad del Salvador donde diseña un taller piloto para la orientación y uso de las herramientas de edición Adobe Audition y Premiere Pro, como parte fundamental de la formación en estudiantes de la carrera de diseño gráfico. El taller piloto no se enfoca solamente en la parte de postproducción (edición y montaje), sino que hace un recuento previo de las etapas de preproducción y producción del audiovisual para tener una mayor calidad de los productos elaborados en el taller. Los resultados de este proceso son estudiantes capacitados en los programas de edición mencionados, los productos derivados del taller (videos) y el taller piloto diseñado y almacenado en un CD como manual interactivo para futuras intervenciones en la institución.

En articulación con el Ministerio de Cultura Nacional, la Universidad del Tolima crea en el 2017 el Diplomado en Radio y Paz, una alternativa para que los estudiantes de últimos semestres del programa cumplan con su opción de grado para recibir su titulación. Este diplomado contó con seis módulos temáticos, entre los cuales se requería que los participantes recibieran capacitación en producción audiovisual. Luego de las capacitaciones, los estudiantes escogerían comunidades en diferentes municipios del departamento del Tolima para realizar intervención comunitaria desde la comunicación, con el fin de resolver problemáticas o visibilizar los procesos de estas comunidades.

Aquí es importante mencionar de forma genérica, los trabajos desarrollados en el programa de comunicación social – periodismo en diferentes materias que se enfocan hacia el trabajo comunitario mediante el audiovisual (radio y video). Estas intervenciones han generado que los mismos estudiantes sean autónomos al momento de escoger las

comunidades que se han de intervenir, así como la acción de diseñar y aplicar los talleres. De estos procesos, existen evidencias que a la fecha no se pueden organizar ni cuantificar al no tener una base de datos con los procesos documentados. Sobre este último antecedente se desarrollará las siguientes partes del capítulo, para comprender el contexto que llevó a realizar intervención desde el programa de comunicación social-periodismo de la Universidad del Tolima.

1.2 UNA MIRADA INSTROSPECTIVA

El programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima, inicia sus labores en el semestre B del año 2006. Entre las razones para ofertar este programa de estudios está la profesionalización a los periodistas empíricos que trabajan en la región, permitiéndoles cursar una carrera en modalidad nocturna para que no interfiriera con sus labores.

El plan de estudios actual (aprobado en el año 2006), presenta pocas materias que están relacionadas con la producción audiovisual. La ubicación de estas materias se da a partir del semestre IV, lo que lleva a pensar que los estudiantes que cursan esta carrera durante los semestres anteriores no ven asignaturas relacionadas con la producción audiovisual.

Figura 1 Materias audiovisuales del programa comunicación social, pensum 2006



Fuente: El autor.

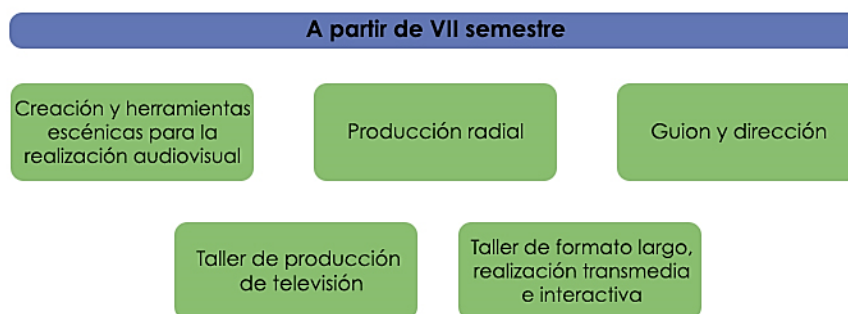
La ubicación de estas materias en los semestres finales de la carrera no se consideraba un obstáculo, teniendo en cuenta que los estudiantes en esa época eran personas dedicadas a laborar en medios de comunicación.

Con el paso de los años, los egresados de instituciones educativas han visto la carrera como una oportunidad para aprender sobre los campos del periodismo, el desarrollo comunitario, la comunicación y, algunos con pocos recursos financieros, una opción para formarse en producción audiovisual como alternativa de estudio a la cinematografía.

El aprendizaje para la creación de estos productos, en su mayor parte, ha sido por interés propio de los estudiantes, revisando tutoriales en internet, por su colaboración o estadia en proyectos comunitarios y escolares, participando en proyectos desde el laboratorio audiovisual y la emisora Tu Radio, y desde otros talleres o cursos que son ofertados en espacios gratuitos de la universidad.

Otra de las posibilidades que da el programa de comunicación para aprender producción audiovisual es su oferta de cursos electivos, pero estos pueden ser matriculados por los estudiantes a partir del semestre VII, VIII, IX y X, de acuerdo a la disponibilidad de créditos para su matrícula académica semestral.

Figura 2 Electivas relacionadas con producción audiovisual, pensum 2006



Fuente: El autor.

Durante el desarrollo de las 47 materias que componen el pensum, la mayoría de trabajos finales está asociada con la realización de programas radiales y videos donde se expresen las temáticas adquiridas en los diferentes cursos vistos. Entre los indicadores de valoración y calificación de estos productos, se revisa la calidad técnica y conceptual de las piezas audiovisuales producidas.

Se debe tener en cuenta que algunas de estas materias, exigen a los estudiantes intervenciones en comunidades (barrios, colegios o en la misma universidad), de modo que sus conocimientos puedan ser usados en la radio, el cine y el video como herramienta de participación y alfabetización audiovisual.

1.3 EL FUTURO DEL PROGRAMA

En el año 2014, el programa de comunicación empieza la propuesta de renovación del plan de estudios actual. A partir de reuniones con los estudiantes y los docentes del programa de comunicación social, distribuidos en mesas de trabajo y en diferentes actividades encaminadas a generar el nuevo pensum, se detectan algunos reclamos de los mismos estudiantes, quienes manifiestan que en los primeros semestres de la carrera se brinda información excesivamente teórica, poco práctica, lo que no les permite desarrollar competencias más sólidas para la producción de contenidos audiovisuales.

Estas quejas se soportan en la experiencia personal de los estudiantes, quienes afirman que en vísperas de graduarse no hayan aprendido a realizar un producto audiovisual desde la concepción de una idea hasta su posterior montaje en edición, en algunos casos desmotivando el aprendizaje de esta campo de la comunicación. A otros, motivándolos a realizar estudios de posgrado enfocados en el tema.

Otra de las quejas es la estructura del mismo pensum en cuanto al orden de las materias audiovisuales. Por ejemplo, el curso donde se enseña montaje y edición es el último curso que se ve en la carrera en relación con el audiovisual. Cuando los estudiantes

llegan al semestre VIII, ya han realizado diferentes productos audiovisuales (documentales y argumentales) de más exigencia, sin las bases del montaje.

Con el análisis efectuado por los docentes y estudiantes del programa, en el año 2017 se consolida la reestructuración del plan de estudios, en el que las materias relacionadas con producción audiovisual aumentan en comparación con el vigente plan de estudios, sin tener en cuenta los 4 cursos electivos en los que estudiantes pueden elegir materias relacionadas con el audiovisual.

Figura 3 Propuesta de materias audiovisuales para el programa de comunicación social, pensum 2017

Materias relacionadas con la producción audiovisual - Propuesta pensum 2017



Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta de Proyecto Educativo del Programa de Comunicación social (2017, pág. 27)

De acuerdo con la figura 3, en los primeros 4 semestres del programa se implementarán talleres para dar las nociones básicas en producción audiovisual, una apuesta diferente

para comenzar el desarrollo de estas competencias desde los primeros semestres. Con el nuevo plan de estudios, el programa eliminará la selección de un énfasis en comunicación establecidos desde el año 2006 (comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, comunicación y cultura, investigación sociocultural en video) para que los estudiantes que sean cobijados por el nuevo pensum puedan cursar enfoques inherentes al periodismo, la comunicación audiovisual y la gestión de la comunicación en organizaciones.

Desde la investigación, se pretende que el estudiante se motive a desarrollar producción intelectual desde el campo de la comunicación audiovisual, que éste “intervenga en forma creadora en los procesos de investigación sociocultural con el lenguaje audiovisual y también se desarrollen procesos de análisis y producción en televisión, radio, cine, vídeo y multimedia” (2017, pág. 41).

Con esta reestructuración, se prevé que el nuevo plan de estudios empiece desde el semestre A 2019, cuando se reciba la visita, entre los meses de marzo y abril de 2019, de pares académicos delegados por el Ministerio de Educación Nacional para evaluar si el programa merece continuar con su acreditación de alta calidad por varios años.

1.4 EN LA ACTUALIDAD

Mientras se espera el plan de transición del programa de comunicación social – periodismo, los nuevos estudiantes seguirán con el pensum de estudios actual, es decir, que durante el proceso de cambio de plan de estudios se podría inferir que tendrán las mismas debilidades que los estudiantes en semestres avanzados, refiriéndonos al conocimiento y creación de producción audiovisual.

Frente a lo anterior, surgen las siguientes cuestiones: ¿De qué forma se puede intervenir esta situación mientras empieza a regir el nuevo plan de estudios? y ¿cómo se podría

constatar que la inclusión de los talleres en los primeros cuatro semestres pueden aportar al aprendizaje y la creación de productos audiovisuales?

Por tanto, se hace necesario implementar una intervención desde el mismo programa, para que estudiantes de primeros semestres tengan una alternativa adicional que les permita aprender la producción y creación audiovisual, mientras se hace la transformación y renovación del plan de estudios en la carrera.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General:

Desarrollar competencias comunicativas audiovisuales en estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima, mediante un modelo de formación integrado por talleres que mejoren el proceso de enseñanza – aprendizaje en la línea audiovisual.

1.5.2 Específicos:

- Crear un modelo de formación integrado por talleres enfocados en la producción audiovisual.
- Aplicar un modelo de formación integrado por talleres enfocados en la producción audiovisual.
- Analizar, discutir y evaluar el modelo de formación y todo proceso de intervención para el desarrollo de competencias comunicativas en los estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación social-periodismo.

2 APORTES DESDE LA TEORÍA

El título de este trabajo relaciona tres elementos claves que deben ser analizados para tener una mayor comprensión de la intervención realizada y posteriormente sistematizada en futuros capítulos.

“Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales” nos aproxima al análisis de las competencias en la educación y en la comunicación, integrándolo con la orientación en la producción audiovisual.

Por tanto en este capítulo se abordará en una primer parte demarcando el campo de la comunicación educación para conocer desde que línea de acción o subcampo se clasifica este trabajo, luego se revisará la relación de las competencias en la educación, más adelante el aporte que hace la comunicación audiovisual desde la producción y pedagogía audiovisual y, finalizando, explicar cómo estos tres elementos se interrelacionan para guiar la creación del modelo de formación pensado.

2.1 LA COMUNICACIÓN EDUCACIÓN

Si se revisa la literatura disponible sobre el campo de la comunicación educación, se suele encontrar la referencia de “ser un territorio viscoso, con materiales blandos, a veces con escasas líneas de demarcación” (Huergo & Otros, 1997). Actualmente no se tiene unos límites definidos en cuanto a su campo de acción, algo similar a la experiencia que se vive cuando se trata de definir o limitar los campos de acción de la comunicación.

La situación se problematiza más al momento de revisar las definiciones de lo que representa comunicación educación en diferentes países, desde su denominación (comunicación y educación, comunicación para la educación, educomunicación, comunicación educativa, entre otros) hasta sus campos y/o poblaciones de influencia/abordaje (prácticas en el aula, intervención comunitaria, entre otros).

Entre las referencias, encontramos que los investigadores y formadores desde esta línea de acción “estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo” (Kaplún, 1998).

De acuerdo con Renato Operti, la comunicación educación también trabaja en la orientación para producir contenidos mediáticos, con el fin de “movilizar e integrar valores, actitudes, conductas, habilidades y conocimientos que permitan... encarar y resolver situaciones de la vida diaria, formando y fortaleciendo su accionar ciudadano en el desarrollo y en el cambio de las sociedades” (2009)

Desde otra perspectiva, se menciona que la comunicación educación “consiste en que los niños, los adultos y varios grupos de población deben aprender el uso de los medios para participar en el proceso social que hace que se incremente la democracia” (Feilitzen, 2002).

Carlos Valderrama, uno de los autores que ha trabajado más sobre las reflexiones epistemológicas de este campo, hace hincapié sobre la representación de la comunicación educación, y la reducción del campo a los medios tecnológicos:

Suelen ocurrir malentendidos que casi siempre tienen que ver con una mirada reduccionista que impide ver la riqueza y las posibilidades de esta relación. A veces se limita a la simple introducción de los medios en la escuela y al estilo de las propuestas de la tecnología educativa” (Valderrama, 2000, pág. 2).

Los autores citados se relacionan en algo, y es que la comunicación educación no solamente se encarga de analizar la construcción de herramientas pedagógicas que faciliten la enseñanza y la ejecución de los procesos formativos en comunidades, también influyen en el proceso de transformación y apropiación de lo aprendido para ser utilizado en cualquier etapa de la vida.

Para presentar sobre cuál de los campos de la comunicación educación se establece esta investigación, es necesario hacer una clasificación del campo comunicación educación en el país. Para esto, en la tabla 1 se relacionan los campos más referenciados y sus subcampos o líneas de acción.

Tabla 1 Campos y subcampos de la comunicación educación en el país

		Campos	Subcampos		
Comunicación educación	Educación para los medios	Lectura crítica de medios	Recepción activa	Alfabetización audiovisual	Producción de medios
	Comunicación en la educación	Pedagogía de la comunicación	Gestión de la comunicación en el espacio educativo	Reflexión epistemológica de la comunicación y educación	
	Educación y nuevas tecnologías	Uso de los medios tecnológicos	Mediaciones pedagógicas con TIC		

Fuente: El autor a partir de revisión bibliográfica

2.1.1 Educación para los medios

De acuerdo a la tabla 1, el campo más idóneo para categorizar la presente investigación es la educación para los medios, en el que “se propone como objeto de estudio, teórico y práctico, los medios de comunicación” (Perez Tornero, pág. 33).

En diversos textos, la educación para los medios es asociada con la aplicación de estrategias en la escuela, de acuerdo con Huergo “el uso de los medios en educación responde a un modelo ampliamente participativo. Decimos “educación” y no escuela, porque este modelo puede ser registrado en formas educativas más amplias que la escolar, como lo son la educación no formal, instancias de participación comunitaria, etc.” (Huergo J. A., 1997).

Su enfoque está en utilizar estrategias, formación y análisis en los medios para generar un cambio de percepción sobre los medios de comunicación, al no ser vistos solo como

elementos que posicionen ideales o sirvan exclusivamente para dar información, sino como herramientas que puedan usarse por las comunidades en cualquier situación y contexto requerido.

La educación para los medios también “consiste en analizar la manera en que los medios de comunicación (en plural y de manera integrada) construyen el mundo y se presentan como mediadores entre el universo y nosotros” (Morduchowicz, 2003, pág. 41), lo que llevaría a que los miembros de estas comunidades donde se intervenga, empiecen a tener una mirada crítica frente a los medios de comunicación que se hallan en su entorno, busquen formas para hacer veedurías de la información que reciben, sean capaces de aprender la producción de estos medios y los usen para resolver situaciones y problemas que les aquejen.

Además, se pretende que la persona que sea orientada desde este enfoque, sea “capacitado en los lenguajes de los medios, con fuerte juicios crítico para abordarlos, con una formación moral firme para subrayar presiones ideológicas, y con gran apertura mental para enseñar a usar los medios con provecho para el espíritu humano.” (Nigro, 2004). Cuando Nigro se refiere a la “gran apertura mental para enseñar”, hace alusión a que las personas que son capacitadas, compartan y sean multiplicadores de esta información, que este nuevo conocimiento y nuevas formas de ver los medios de comunicación, no se queden en un aprendizaje personal.

Las líneas de acción desde este campo son la lectura crítica de medios, recepción activa, alfabetización audiovisual y la producción de medios. “Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales” se puede enmarcar en las líneas de acción de alfabetización audiovisual y producción de medios, pero a la que mayor afinidad tiene es a esta última, teniendo en cuenta que el abordaje de los trabajos de investigación en la alfabetización se quedan relegados a formar y capacitar en cómo se elaboran los productos audiovisuales provenientes de diferentes medios, su simbología y semiótica, así como el contenido narrativo.

2.1.1.1 Producción de medios

Retomando la idea anterior, se vincula este trabajo al subcampo producción en medios, porque no sólo se queda en la parte de capacitación de cómo se hace, en este caso, la producción audiovisual, sino retomar lo aprendido para crear productos audiovisuales, donde se pueda experimentar y buscar correcciones, permitiendo obtener productos de calidad y que estimulen el aprendizaje de los participantes.

El subcampo de la producción en medios, tiene múltiples experiencias que pueden ser una referencia directa al uso y construcción de los medios para la formación. Kaplún (2001) en su libro “A la educación por la comunicación” nos relata como Celestin Freinet, en una búsqueda por mejorar el proceso de aprendizaje de sus alumnos con diferentes necesidades educativas, consiguió una imprenta manual para usar en sus clases, explicándoles a sus estudiantes cómo hacer reportería y plasmar sus entrevistas e investigaciones en un texto coherente, que fuera entendible para las personas que leyeran las piezas periodísticas elaboradas.

Estos escritos posteriormente, se convirtieron en un periódico que era diseñado y creado por los mismos estudiantes, donde Freinet solamente hacía una coordinación y supervisión. El alcance de este proyecto, se expandió a diferentes poblaciones donde los colegios implementaron esta estrategia pedagógica e intercambiaban los periódicos elaborados. Con la implementación de esta herramienta, Freinet logró convertir a estos estudiantes en reporteros con una visión más crítica de su contexto, con carácter investigativo y mejorar las condiciones de la lectura, escritura y redacción en cada uno de sus estudiantes.

En la Universidad del Tolima se cuenta con dos referencias claves en esta línea de acción, la primera es la emisora virtual “Tu Radio” un espacio creado desde la dirección de programa de Comunicación Social – Periodismo como plataforma online radial para promover la interacción de los programas radiales creados en diferentes espacios

académicos, con la intención de generar un sitio donde los estudiantes del programa de comunicación social pudieran aprender la creación de programas radiales, así como las labores que está directamente ligadas a una emisora radial (su programación, la parte técnica y periodística).

Ya son seis años y diversos los programas que se han creado en este proyecto, desde diferentes carreras y dependencias de la universidad. El logro de esta iniciativa ha sido tan representativo que se espera en unos meses tener la emisora en dial FM con cobertura en la ciudad de Ibagué.

El segundo proyecto, surge a partir de la necesidad de adquirir las destrezas y roles que se asumen en una sala de redacción, pero para hacer prensa digital. “Pa la gente”, inicia como un proyecto en clase en el año 2016, en el que los estudiantes podían crear diferentes contenidos periodísticos y cargarlos a una plataforma web, con diferentes secciones que eran manejadas por los mismo estudiantes en cuanto al contenido, la revisión de estilo, las reglas para ser contenidos convergentes y su difusión en las redes sociales. El proyecto ha evolucionado de ser un producto ensayo de clase, a tener reconocimiento en el programa de comunicación.

Resaltar estas experiencias es importante, al trazar y configurar uno de los propósitos de esta investigación, en este caso, no se busca generar un nuevo medio o plataforma de comunicación, sino que a partir del aprendizaje de la producción audiovisual, los participantes al modelo sean capaces, en diferentes materias y en cualquier proyecto a futuro, de aplicar, crear y autocriticarse constructivamente sobre su propia producción.

Julio Cabero (1997), hace mención en su artículo “Más allá de la planificación en la <<Educación en Medios de Comunicación>>” de algunas recomendaciones a contemplar para implementar la educación en medios en el contexto educativo, que puede también ser referente en el contexto universitario y comunitario.

En esta propuesta se resalta tener en cuenta las diferentes experiencias que los participantes en cualquier proceso de capacitación tengan relativo a los medios, si desde los colegios han tenido cercanía con los medios escolares, en cursos de formación no formal, o en los medios comunitarios.

A veces se asume que las personas que se inscriben a la carrera de comunicación social, tienen experiencia relacionada con producción audiovisual, sin embargo, muchas de estas en los contextos antes mencionados no tuvieron algún tipo de acceso o cercanía con medios. Aún persiste en algunas instituciones la prevención y recelo con el uso de los medios. Por lo anterior, es importante detectar las personas que han tenido este acercamiento, para que sirvan como apoyo a los procesos de formación y a sus compañeros.

Desde luego, no se puede dejar de lado la orientación teórica a partir de la producción audiovisual porque se puede “caer en conceder un protagonismo excesivo al medio, es decir, caer en la fascinación de la máquina, y olvidarnos de los elementos conceptuales” (Cabero, 1997, pág. 43). A pesar que en este modelo de formación, lo que se pretende es hacer más desarrollo práctico, no se puede dejar de lado el componente teórico, “La teoría y la práctica deben ir unidas en este tipo de formación” (1997).

A este punto, se ha definido y clasificado la investigación desde el campo comunicación educación. Es momento de revisar ahora de qué forma se abordara los contenidos temáticos y con qué modelo pedagógico se trabajará la investigación, lo anterior para que la vivencia orientando producción audiovisual “llegue a convertirse en una experiencia grata y a la vez de aprendizaje” (Trápaga, 1997, pág. 52)

2.2 LAS COMPETENCIAS EN LA EDUCACIÓN

Iniciando el siglo XXI, diferentes sectores están en una apuesta para transformar el modelo de educación superior actual, para empezar a implementar el modelo basado en competencias.

Entre las críticas para cambiar los modelos de educación actual se encuentra:

Superar las metodologías tradicionales basadas en la memorización, la acumulación y la repetición mecánica de datos, para moverse hacia modelos pedagógicos que privilegien procesos y habilidades cognoscitivas, de cara a conseguir aprendizajes con mayor sentido para los estudiantes y que desencadenen en el saber hacer en contexto. (González Bernal, 2008, pág. 73).

Sobre las competencias existen muchas definiciones, y esto de acuerdo con los contextos en los que se planteen. Para el caso de esta investigación la competencia “es la capacidad —de uno o más individuos— que permite instrumentar atinadamente un conjunto de habilidades, conocimientos y valores, de cierto alcance y nivel, para realizar exitosamente una tarea (individual o colectiva), en determinadas circunstancias sociales o laborales” (Climent Bonilla, 2010).

Frente a las competencias, en especial en las relacionadas en la educación, se persiste en una crítica desde diferentes sectores académicos, al considerar la educación por competencias como un modelo educativo asociado a crear trabajadores desde el sistema económico neoliberal. Ante esto, se puede referenciar a Ferrés quien define la competencia como “... una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes que se consideran necesarias para un determinado contexto.” (2007, pág. 100)

Lo que se puede inferir es que quizá el modelo de educación por competencias, siga en algunos casos ese pensamiento a la educación para el trabajo. Sin embargo, las

personas que reciban educación bajo este modelo son quienes decidirán en qué aplicar los conocimientos adquiridos.

Para el caso de esta investigación, la orientación en los productos audiovisuales se enfocará en que los participantes adquieran conocimientos básicos de producción audiovisual, pero son ellos quienes decidirán de qué forma usar ese conocimiento a futuro.

Usando como base las competencias en el modelo de formación planteado, permitirá que los participantes desde el desarrollo de las diferentes sesiones puedan "... entablar diálogos constructivos con los demás, comunicar puntos de vista, posiciones, necesidades, intereses e ideas, en general, y comprender aquellos que los demás buscan comunicar." (Chaux Torres, 2004)

La forma en que se busca trabajar en el modelo de formación, será enfocar a que cada sesión impartida genere un insumo para el producto final, si se habla sobre guion literario, por ejemplo, que se empiece a construir el guion del producto final. Esto permitirá que los participantes se vean "... forzados a desempeñarse en trabajos concretos y sus clases se soportan en el hacer, al igual que su evaluación." (González Bernal, 2008, pág. 78)

2.3 LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Hemos utilizado la palabra audiovisual durante las páginas anteriores, pero no se ha definido concretamente lo que agrupa este concepto. Se entiende por audiovisual "a todas aquellas producciones que se expresan mediante la imagen y/o el sonido en cualquier clase de soporte y de medio, desde los tradicionales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo) hasta los más recientes (videojuegos, multimedia, Internet...)" (Ferrés, 2007). Durante el desarrollo de esta investigación, la palabra audiovisual identificará el

conjunto de programas radiales, las fotografías y los videos producto de las actividades desarrolladas en el modelo de formación planteado.

De acuerdo con Feilitzen (2002), no es recomendable solamente hacer una orientación pedagógica con enfoque crítico a diferentes producciones audiovisuales, pues resulta este análisis algo alejado, sin posibilidad de aprender desde su propia producción. Lo recomendado para este punto, es que los participantes creen productos audiovisuales y desde su propio análisis, puedan hacer una crítica constructiva, algo que permitiría ser más valioso el proceso de aprendizaje, ya que a futuro los errores que encuentren en su propia producción serán evitados.

Incluso haciendo el solo análisis a la imagen podría traer diferentes opiniones y reflexiones:

Lo cierto es que leer una imagen necesita un aprendizaje específico (alfabetización visual), ya que la realidad que reflejan las imágenes es variada y múltiple, de modo que su comprensión depende de diversos factores personales como la experiencia, la memoria, el contexto, la cultura y los códigos de cada sociedad" (Adame Tomas, 2009).

También se puede hacer incidencia en implementar un “análisis crítico de los productos audiovisuales” pero desde un enfoque por “competencias y destrezas de tipo técnico relacionadas con la producción” (Valderrama, 2000, pág. 6). Para esto, es necesario que los participantes adquieran los elementos de planeación de un producto audiovisual y los diferentes roles para una buena producción.

2.3.1 El análisis y la planeación del audiovisual

El análisis de un texto audiovisual, como lo puede ser el texto fílmico, no es un proceso estático, sino que se van incluyendo distintos elementos dependiendo de la formación, óptica y objetivos contemplados por el investigador. Este proceso es aplicable a toda la

narrativa audiovisual, entendida como catálogo de recursos expresivos y narrativos o, si se prefiere, de códigos posibles y se constituye su grandeza y su más inquietante problemática. En el análisis audiovisual, por tanto, confluyen el conocimiento, la argumentación, la reflexión y la imaginación.

Gómez (2010), presenta un modelo para el análisis de textos audiovisuales que, partiendo de las afirmaciones anteriores, contempla tres fases interrelacionadas: (1) el concepto de análisis fílmico, que incluye procesos de denotación, connotación, participación, identificación y sentido; (2) la metodología, que involucra planteamiento y objetivos, métodos de análisis y propuesta metodológica y (3) y el análisis aplicado, en el que se describen procedimientos de este tipo realizados a diversas piezas audiovisuales.

Para acercarnos a este análisis, es importante hacerlo inmerso del proceso de planificación de un audiovisual. A veces se crea una confusión en el significado de producción audiovisual, al asociarlo con una de las etapas de planificación:

La realización, que es el proceso por medio del cual se crea un producto audiovisual, desde un guion hasta el objeto final (...), con el de producción, proceso con el que se genera un producto audiovisual y que, finalmente, se encarga de que llegue al público; comienza con una idea, esta se convierte en un guion, luego se consigue su financiación, después se planifica su realización, más adelante se realiza; listo el producto se vende y se exhibe a todos los públicos posibles. (Medellín, 2005, pág. 150)

Aunque el fin de este modelo de formación no es vender los productos elaborados, si es importante reflejar la importancia y los costos que pueden generar la producción de un audiovisual, no solamente económicos, también los costos asociados a la dedicación y esfuerzo de los realizadores.

2.4 LA RELACIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN LA COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN AUDIOVISUAL

Con las anteriores definiciones, se puede establecer que la orientación de esta investigación, aparte de formar en la creación de productos audiovisuales, pretende que los participantes adquieran los conocimientos, habilidades y valores necesarios para detectar, argumentar y escuchar las problemáticas sociales en su ciudad, y mediante los productos audiovisuales, las expongan y visibilicen. Además, que usen estas vivencias para poder crear productos desde la ficción.

Por ello, a partir de ahora haremos una relación de las competencias audiovisuales que serán el pilar para construir el modelo de formación, pero éste no surgirá solamente de las diferentes necesidades que hemos presenciado como estudiantes del programa o desde las discusiones académicas en torno a la actualización del plan de estudios.

La investigación que realizó Joan Ferrés titulada “La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores” (2007, págs. 100 - 107) hace un despliegue y análisis crítico (valorado por más de 50 expertos en el área de la comunicación audiovisual en Iberoamérica) para definir el futuro de la educación en comunicación audiovisual y menciona cómo los profesionales de la comunicación enfocados en esta área, deberían tener unos indicadores que faciliten la elaboración de proyectos y su evaluación, ante los procesos de orientación e intervención usando la producción audiovisual.

Entre el total de indicadores sugeridos (más de 80), se escogen los más vinculados al modelo de formación por crear. Debemos tener en cuenta que para este proceso, lo audiovisual representa la radio, la fotografía y el video, por tanto se escogen indicadores directamente relacionados a estos tres medios:

- Capacidad de analizar y valorar el uso del sonido y la función expresiva y estética que cumplen, en interacción con los demás elementos expresivos: usaremos este indicador para referenciar la producción en radio, la importancia de sus componentes auditivos (la voz, el silencio, la música y el paisaje sonoro). Este será el primer indicador que se ha de desarrollar, teniendo en cuenta que para la radio y el video es importante poseer el dominio y la sensibilidad para construir una propuesta sonora que acompañe las ideas, diálogos y lo demás que se requiera comunicar.
- Capacidad de analizar y de valorar la estructura narrativa de un relato audiovisual y los mecanismos de la narración: para este punto se requiere que las ideas y necesidades de comunicar se transformen en texto con un sentido narrativo. Por tanto, es necesario orientar la estructura narrativa clásica para ordenar estructuradamente las historias desarrolladas por cada participante y generar mayor impacto en las audiencias. Además, que estas propuestas sean redactadas de acuerdo con el tipo de producto, sea éste en guion para radio o video.
- Capacidad de distinguir entre ficción y no ficción, y de valorar un mensaje audiovisual en función de la categoría y el género al que pertenece. Con este indicador se pretende que el participante sea capaz de categorizar de acuerdo con el contenido y a la forma como se comunicará lo escrito en el contexto narrativo, haciendo una clasificación entre los géneros radiales (informativo, opinión, dramático – narrativo y musical), los géneros en video (ficción, documental, híbrido) y sus respectivos formatos.
- Capacidad de elaborar imágenes estáticas y en movimiento con uso correcto de los recursos formales vinculados a la imagen. Para este caso es necesario la orientación en el lenguaje audiovisual, a partir de los planos de la imagen, las angulaciones, los movimiento de cámara, la regla de tres tercios, la calidad y sentido de orientación (vertical, horizontal) en las imágenes, las dimensiones de la imagen, entre otros aspectos.
- Capacidad de detectar los estereotipos más generalizados, sobre todo en cuanto a género, etnicidad, minorías sociales o sexuales, discapacidades, etc., y de

analizar sus causas y consecuencias; sensibilizar a los participantes sobre los roles que desempeñan la radio y el video en el contexto social, sus responsabilidades con las audiencias y las consecuencias al no tener una postura ética y profesional frente a la elaboración de estos contenidos.

- Capacidad de analizar y valorar los tipos de iluminación utilizados, y las funciones expresivas y/o estéticas que cumplen: la incidencia que tiene la iluminación y sus diferentes intenciones de acuerdo con su composición, la captura de imágenes usando iluminación natural y artificial e incentivar al uso recursivo y la combinación de elementos para suplir necesidades de iluminación.
- Capacidad de manejo de equipos de registro visual (cámara de fotografía y video) y sonoro (micrófonos y grabadoras) con los mínimos exigibles de corrección técnica. Con este indicador, se pretende dirigir el manejo y buen uso de los equipos de filmación y grabación con los que se cuenta en la universidad, además de aprender a utilizar los equipos que se tengan al alcance (en este caso el celular).
- Capacidad de analizar y valorar el uso de la edición como recurso para conferir sentido, ritmo y significación a las imágenes y sonidos en función de su interacción: en este caso se pretende que los participantes puedan usar herramientas para la edición de audio y video, con un sentido de montaje y edición ordenado, haciendo clasificación de los materiales grabados, la aplicación de corrección de color, efectos y su posterior exporte.
- Capacidad de producir mensajes audiovisuales elementales que sean comprensibles y que aporten una cierta dosis de creatividad, de originalidad y de sensibilidad. En este último punto, buscamos integrar los anteriores indicadores, para que los participantes a través de un proyecto audiovisual en común, apliquen lo visto en las diferentes sesiones del modelo de formación, donde puedan también aprender el trabajo en equipo y la designación de roles para una producción, así como desarrollar el producto en las fases de preproducción, producción y postproducción.

La integración de las capacidades anteriores y la creación del modelo se encuentran dirigidos a que se facilite a futuro el desarrollo de cualquier actividad o trabajo planteado durante el estudio de la carrera profesional, partiendo de la producción audiovisual.

3 ¿CÓMO SE PLANTEA LA INTERVENCIÓN? (METODOLOGÍA)

En las siguientes páginas se describe el proceso que se realizó para aplicar el modelo de formación, así como los instrumentos usados para validar el proceso en las dos intervenciones realizadas durante el año 2017. Se hace necesario recordar que este trabajo pretende desarrollar competencias comunicativas audiovisuales en estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima, mediante un modelo de formación integrado por talleres que mejoren el proceso de enseñanza – aprendizaje en la línea audiovisual.

3.1 DIAGNÓSTICO

Como se había mencionado en el primer capítulo, durante el curso de los últimos semestres, se ven materias donde se exige un nivel alto en cuanto a la producción de audiovisuales.

Al iniciar la elaboración de argumentales, documentales y capacitaciones radiales a diferentes comunidades, estudiantes de diferentes semestres se quejan del poco aprendizaje en la elaboración de estos productos en los primeros años de la carrera. Las materias se dedican y enfocan a desarrollar contenido excesivamente teórico.

Esta queja también se traslada a las asambleas del programa de comunicación social (desde el año 2014), donde se debate la actualización del plan de estudios y se propone la creación de materias prácticas en productos audiovisuales, que sean cursadas en los primeros semestres.

Durante un ejercicio aplicado en el semestre B 2016 en el curso Investigación en Medios, se hace el planteamiento de un grupo focal, para explicar este método de investigación a los estudiantes. Los grupos focales se conforman por “... grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios

temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 425). La temática central para este caso, era determinar las fortalezas y desventajas del programa de comunicación social – periodismo.

Entre las desventajas socializadas, se manifestaba la poca práctica en cuanto a la elaboración de audiovisuales, al igual que falta de guía en cómo hacer productos audiovisuales en los primeros semestres, el orden de los cursos y la exigencia de trabajos finales en cada materia donde suponía la elaboración de un producto con requerimientos mínimos de producción.

Como monitor académico de este curso desde el semestre B 2016, durante las asesorías se manifiestan éstas quejas frente a los cursos de mayor rigor en cuanto a elaboración de audiovisuales. Lo anterior, da el punto de partida para empezar a crear la propuesta.

3.2 SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS

Ya identificada la necesidad, es momento de plantearnos la forma de intervenir. Para esto el instrumento seleccionado es el taller como modelo de participación y orientación. La propuesta metodológica, se sustenta en crear un modelo de formación, compuesto por talleres. Desde la educación, se considera el taller como:

“...una metodología apropiada para realizar objetivos de formación sobre determinados temas específicos, en tanto al partir de los saberes previos de los participantes, la discusión colectiva, y la integración de teoría y práctica, favorece una mejor apropiación e internalización de los contenidos de formación” (Cano, 2012).

En este caso, lo que se busca es que el modelo de formación integre un proceso coherente donde permita que los participantes creen productos audiovisuales siguiendo un orden establecido, determinado por las diferentes etapas de un producto audiovisual (preproducción, producción y postproducción).

El taller es muy importante en este proceso porque permite encadenar los conocimientos de cada sesión impartida, así como los productos obtenidos.

Para finalizar y obtener un balance de la apreciación de los participantes con el modelo de formación se hace necesario aplicar un instrumento de evaluación final, para lo cual se implementará una encuesta virtual a un determinado número de participantes que serán escogidos bajo un criterio de selección no probabilístico, esto es, que no requiere una fórmula matemática para extraer la fórmula sino que depende del juicio del investigador y de las circunstancias del estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

En los siguientes apartados se hará la explicación detallada de cómo se construye el modelo formación y la encuesta.

3.3 CREACIÓN DEL MODELO

Se recopilan todos los talleres que se han desarrollado, desde algunas materias por parte del investigador. Algunos antecedentes que se documentaron previamente en este documento, sirvieron como base para la orientación pedagógica y la construcción de los contenidos que se desarrollarían en las sesiones. Se analizan las temáticas impartidas y el contenido de estos talleres.

Luego se hace un sondeo a nuestros compañeros de semestre para recopilar las dificultades que ellos ven respecto a la orientación en producción audiovisual, entre las cuales se destacan las siguientes:

- Falta de orientación en cuanto al manejo de equipos para filmación.
- Falta de guía en la edición en audio y video.
- Falencias a la hora de tomar fotografías.
- Dificultades para crear historias.

- Dificultades para proponer y grabar (imagen y en especial el audio) un cortometraje con los estándares mínimos de calidad.

Con estas dificultades ya definidas, se recordaron ejercicios vistos en las clases durante la carrera que se consideren significativos para reproducir o referenciar en el modelo de formación.

Con el insumo anterior, se empieza a armar los talleres de acuerdo con cuatro temáticas: las dos principales integradas por la producción en radio y en video. Las otras dos son complemento constante en el desarrollo de las sesiones: la escritura y el teatro.

Es importante tener en cuenta que el desarrollo de las temáticas principales requiere de un componente de escritura que les permita a partir de la creatividad del participante, construir historias que puedan desarrollarse en cualquiera de los productos audiovisuales. Con respecto al teatro, conocer técnicas y formas de interpretar estas historias y hacerlas creíbles a los receptores de los productos resultantes.

Al final de la organización, queda como resultado el modelo compuesto por 15 talleres, sin embargo, no se tiene en cuenta el tiempo extra invertido al momento de hacer la postproducción de los productos finales del modelo.

Tabla 2 Cantidad y tiempo de duración de los talleres

Talleres	Cantidad de horas por taller	Sumatoria horas de taller	Observación
1 al 13	4	52	Se trabaja por actividades designadas en cada sesión
14 y 15	8	16	Grabación de producto audiovisual final
Total		68	

Fuente: El autor.

Los participantes explorarán y aprenderán la creación de los productos audiovisuales desde una idea básica hasta su edición. Con este modelo se busca que reconozcan el proceso de elaboración de los productos audiovisuales, que les permita tener una base para los demás cursos y semestres, motivándoles a ser curiosos en el tema y a seguir consultando y experimentando lo aprendido.


Cada sesión, tendrá un tema principal, pero no será el único que se desarrolle durante las 4 horas. Los subtemas son organizados, de modo que sean coherentes y se vinculen al tema principal.

A continuación se presentará la estructura y contenido de cada sesión, así como los productos esperados por los participantes. Se debe aclarar que los talleres resaltados con color verde pertenecen al componente de radio, y los resaltados en color azul hacen parte del componente de video.

Tabla 3 Contenido de los talleres

Nombre Taller	<i>Inducción a la radio</i>		
No.	1	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Identificar las problemáticas sociales de nuestro entorno, para narrarlo a partir de productos radiales.			
Temas		Producto(s)	
Presentación de talleres. Pautas para locución (ejercicios de respiración, vocalización, posturas y dicción) Diagnóstico de problemáticas.		Temática central para trabajar los productos audiovisuales.	
Nombre Taller	<i>Identificación y construcción de propuestas radiales</i>		
No.	2	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Comprender las estructuras, géneros y formatos radiales para la creación de programas. Reconocer la estructura narrativa clásica como base para la creación de historias.			
Temas		Producto(s)	
Tipos de programas radiales Estructura narrativa clásica (Inicio, nudo, desenlace)		Ideas grupales para el producto radial.	



Nombre Taller	<i>Componentes técnicos de la radio y su beneficio social</i>		
No.	3	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Reconocer los componentes sonoros de la radio y su impacto social.			
Temas		Producto(s)	
La radio y su función social Construcción de relatos I (primeros escritos) La música, los spots y silencios en la radio		Primeros escritos para programa radial.	
Nombre Taller	<i>El guion radial</i>		
No.	4	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Planear los programas utilizando el guion radial.			
Temas		Producto(s)	
Construcción de relatos II (corrección de escritos) El guion radial		Historias en formato de guion radial	
Nombre Taller	<i>Conectar Historias</i>		 Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales
No.	5	Tiempo 4 Horas	
Objetivo(s)			
Redactar historias y hacer ensayos de cabina para un programa radial.			
Temas		Producto(s)	
Construcción de relatos III (unión de relatos) Especificaciones programas radiales creados en el taller Ejercicios en cabina		Guiones radiales finalizados	
Nombre Taller	<i>Conociendo una emisora radial</i>		
No.	6	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Conocer las instalaciones de la emisora Tu Radio. Realizar la grabación de un pregrabado.			
Temas		Producto(s)	
Visita a Tu Radio Grabación de pregrabados		Voz en off pregrabados para edición	
Nombre Taller	<i>Edición en audio</i>		
No.	7	Tiempo	4 Horas

Objetivo(s)

Editar una pieza de audio de acuerdo con lo planificado en el guion radial.

Temas **Producto(s)**

Edición de audio en el programa Adobe Audition Programas de radio editados

Nombre Taller *Inducción al Video*

No. 8 **Tiempo** 4 Horas

Objetivo(s)

Conocer la producción audiovisual desde la Universidad del Tolima y el programa de Comunicación Social - Periodismo.

Temas **Producto(s)**

Tipos de audiovisuales (filminuto, stopmotion, videoclip, cortometraje, largometraje, documental).
El audiovisual y su función social.
Primeras ideas para el producto audiovisual final.

Ideas y resúmenes para construir el producto audiovisual final.

Nombre Taller *Aspectos técnicos del audiovisual I*

No. 9 **Tiempo** 4 Horas



Objetivo(s)

Comprender los componentes del lenguaje audiovisual

Temas **Producto(s)**

Movimientos de cámara
Angulaciones
Valores del plano
Actuación I (improvisación)

Videos y fotografías con celulares

Nombre Taller *Aspectos técnicos del audiovisual II*

No. 10 **Tiempo** 4 Horas

Objetivo(s)


Comprender la importancia de la iluminación al momento de grabar
Conocer los aspectos técnicos para una filmación

Temas **Producto(s)**

La luz y sus efectos en el audiovisual
Aspectos técnicos para la grabación de videos.
Aspectos técnicos para la grabación del sonido en el audiovisual
Actuación II (manejo de espacios)

Captura de videos con celulares

Nombre Taller *Primeros encuentros con el cortometraje*

No.	11	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Identificar las características y componentes para producir un cortometraje			
Temas		Producto(s)	
Construcción de cortometraje I (relato) El cortometraje El plano secuencia – filminuto Actuación III (motricidad)		Primeros escritos para cortometraje	
Nombre Taller	<i>Uso de la imagen y el texto para contar historias</i>		
No.	12	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Plasmar el escrito en el guion literario Reconocer las habilidades y funciones de cada rol en la producción			
Temas		Producto(s)	
Construcción de cortometraje II - El guion audiovisual El Stop Motion Roles de producción		Escritos corregidos para pasar al guion literario	
Nombre Taller	<i>Edición de un audiovisual</i>		 Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales
No.	13	Tiempo	
Objetivo(s)			
Conocer elementos para editar un producto en video en Adobe Premiere Pro			
Temas		Producto(s)	
Construcción de cortometraje III – Revisión final Taller de Edición		Videos en parejas editados	
Nombre Taller	<i>Preproducción audiovisual</i>		
No.	14	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Reconocer la planeación como elemento fundamental al momento de producir un audiovisual			
Temas		Producto(s)	
El plan de rodaje Ensayos de Escenas		Plan de rodaje – Guion técnico	
Nombre Taller	<i>Producción Audiovisual</i>		
No.	15	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Filmar el producto audiovisual planteado durante las sesiones			
Temas		Producto(s)	

	Grabación de cortometraje	Videos y fotografías del rodaje
Nombre Taller	<i>Postproducción Audiovisual</i>	
No.	16	Tiempo Sin determinar
Objetivo(s)		
Editar el producto final audiovisual		
Temas		Producto(s)
Loding de videos Edición de video Montaje Efectos y transiciones Ambientación sonora Color e iluminación Exportar videos		Videos finalizados

Fuente: El autor.

3.4 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Ante la dirección de programa de comunicación social-periodismo, se manifiesta la problemática y se propone como solución, la puesta en funcionamiento de este modelo de formación denominado “Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales”. La propuesta gustó en la dirección de programa y fue aprobada para ejecutarse en el primer semestre del año 2017.

Para vincular los participantes del taller, se visitó a los estudiantes de primer semestre en su semana de inducción a la universidad, para explicar brevemente la idea, los horarios y el contenido del modelo de formación. Es de anotar que la muestra de asistentes a los talleres es voluntaria “ya que las personas se proponen como participantes en el estudio o responden activamente a una invitación” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, pág. 396) En el primer registro, se inscriben al proyecto 26 participantes.

Durante las sesiones, los participantes empezaron a recibir la formación sobre la construcción de los productos audiovisuales. Cada sábado en el horario de 8:00 a.m. a

12:00 m., nos reuníamos para orientar los temas de cada sesión, así como desarrollar las actividades planteadas en los talleres previamente creados.

Se definió una temática central para elaborar los productos audiovisuales, con el fin de darle un eje central a las piezas creadas. El tema escogido fue “la falta de convivencia ciudadana”, pero se entendía como un tema que englobara varias problemáticas y que aportaran a denotar esa carencia de convivencia. Como subtemas que aportaran a esta falta de convivencia, estaban: la drogadicción, el acoso, la indiferencia, la inseguridad, el bullying, la intolerancia, entre otros.

Por solicitud de la dirección de programa de comunicación social, se vuelve a orientar el modelo de formación en el semestre B 2017. Para esta intervención solo se tenía pensado hacer sobre el semestre A 2017, pero se ve una oportunidad de poder ajustar con mayor precisión el modelo de formación, aplicándolo a otro grupo de estudiantes. En esta ocasión los participantes inscritos inicialmente fueron 28.

Se manejó el mismo horario de clases, agregando algunos días entre semana y unas sesiones dobles para adelantar talleres y no tener cruces de compromisos con las materias y cursos de la carrera, respecto a trabajos y entregas finales.

En este caso, las temáticas fueron más libres, de acuerdo con la elección de cada participante, tanto para los programas radiales como para los videos elaborados.

3.5 DISEÑO DE ENCUESTA

Sobre la encuesta, se puede referenciar que es un instrumento para recolección de información "... de gran versatilidad. Pese a las críticas de algunos investigadores, la encuesta como método de investigación, a la fecha, ha sido de gran utilidad para evidenciar hechos y fenómenos sociales..." (Quispe Limaylla, 2013)

El propósito de este instrumento, como se había mencionado antes, es el de validar los contenidos del taller al finalizar las intervenciones en los semestres A y B 2017, así como los espacios usados, equipo técnico de los laboratorios Tu Radio y audiovisual, y permitir que los participantes den sugerencias y apreciaciones sobre el modelo de formación para hacer los respectivos ajustes y cambios.

La encuesta "... casi siempre es empleada para hacer diagnósticos de necesidades, determinar inclinaciones políticas y también evaluar procesos, resultados e impactos de las acciones de un proyecto o programa". (2013, pág. 12) En nuestra investigación, la encuesta se aplica para hacer la evaluación final del proceso formativo. Se debe tener en cuenta que los participantes del taller fueron invitados y accedieron al proceso formativo de forma voluntaria, pero para hacer la aplicación de la encuesta se opta por determinar como criterio de selección la asistencia al 90% de los talleres impartidos.

Con el cuestionario ya realizado, se hace una prueba piloto con tres participantes para hacer la respectiva prueba de validez y hacer ajustes sugeridos por los encuestados de la prueba. Esta prueba piloto se aplica en el momento en que estudiantes de ambos semestres del modelo se encuentran en la etapa de edición de sus productos finales.

Al finalizar los talleres del semestre A y B 2017, el total de participantes que culminaron el proceso es de 30 estudiantes, los participantes que cumplen la condición del 90% de asistencias durante el proceso formativo son 12, lo que equivale al 40% del total de participantes del taller.

Para observar el instrumento utilizado, se podrá ver en el anexo A de este documento.

4 ¿CÓMO SE APLICÓ LA INTERVENCIÓN? (HALLAZGOS)

En el siguiente capítulo se describe el proceso de intervención aplicado durante los semestres A y B de 2017. En primer lugar se describen los talleres aplicados, y al final el método de evaluación, para nuestro caso la encuesta.

4.1 TALLERES SEMESTRE A Y B 2017

La intervención en los semestres A y B 2017 tienen aspectos comunes en cuanto al desarrollo de las temáticas y los contenidos, pero existen algunas diferencias entre cada semestre. A continuación se presenta del desarrollo general del taller. Se indica brevemente el desglose de temas y actividades realizado en ambos semestres. Para determinar las partes del taller que son diferentes en los semestres, se colocaran como diferenciadores A o B.

4.1.1 Sesión 1: inducción a la radio

- **Desarrollo general:** Se hizo un ejercicio dinámico para conocer los nombres de los participantes, el municipio de procedencia, se preguntaba también el colegio del cual habían egresado, si en este habían proyectos relacionados con el audiovisual (emisoras y/o sala de audiovisuales) y si habían participado de los proyectos. En un segundo momento se les mostró la estructura del taller, con los productos que tendrían que realizar en cada sesión y los trabajos finales. Luego de esto, se volvieron a orientar ejercicios de dicción, vocalización y respiración para locución en radio.
- **Diferenciador Semestre A:** se debatieron y socializaron las problemáticas que veían presentes en sus comunidades de procedencia, para poder escoger el tema central de los productos que se realizarán. Cada participante anotaba en una hoja la problemática que consideraban más impactante, posteriormente se revisaban y, por último, la “falta de convivencia ciudadana” se escogió en consenso.

- **Diferenciador Semestre B:** Para este caso concreto no se hizo uso de un tema central para trabajar durante los productos, sino que se optó por dejar temáticas libres para que los participantes propusieran productos radiales y audiovisuales diferentes.

Figura 4 Evidencia sesión 1 inducción a la radio semestre A 2017.



Fuente: El autor.

4.1.2 Sesión 2: identificación y construcción de propuestas radiales

- **Desarrollo general:** El taller inicia explicando los géneros (informativo, opinión, dramático y narrativo, musical) y sus formatos radiales (de acuerdo con cada género). Se presentan algunos ejemplos de estos programas y se les pregunta a los participantes ejemplos de programas radiales con base en lo visto, para que hagan clasificación en el género y formato. Después se explicaría lo que significa la estructura narrativa clásica y sus diferentes etapas (inicio, nudo y desenlace) mostrando ejemplos con videos animados, videoclips y cortometrajes. Por último, se hace una carrera de relevos, en la que los participantes deben pasar cinco etapas de ejercicios. Al finalizar cada etapa, recibirían un papel con un párrafo,

los cinco papeles forman una historia corta con la estructura narrativa. Los participantes deben armar la historia para ganar el reto.

- **Diferenciador Semestre A:** Se consulta las ideas que cada grupo conformado por 5 personas desarrollarían como producto radial.
- **Diferenciador Semestre B:** Para este grupo se propone hacer programas radiales en grupos de máximo cuatro integrantes. Se revisan las propuestas y se dan orientaciones para empezar a redactar los programas.

Figura 5 Evidencia ejercicio carrera de relevos semestre A y B 2017.



Fuente: El autor.

4.1.3 Sesión 3: componentes técnicos de la radio y su beneficio social

- **Desarrollo general:** En esta sesión, se reflexiona sobre el impacto social de los programas radiales y la locución por parte de los comunicadores, así como el trato a las audiencias. Para esto se coloca el caso de un programa juvenil donde el presentador es agresivo con una oyente al teléfono. En esta etapa, ya los participantes deben traer las ideas de relatos para su producto radial en grupos. Se revisan los relatos para determinar si cumple con la estructura narrativa clásica. Los relatos se envían a correcciones para mejorar las historias. Por

último, se presenta los componentes del paisaje sonoro en un programa radial: la música, la ambientación, los silencios, con el fin de los participantes empiecen a buscar o grabar los elementos que complementaran sus productos radiales. Para esto se colocan crónicas que contengan un alto uso de ambientación sonora.

- **Diferenciador Semestre A:** Se presenta nuevamente la explicación de la estructura narrativa clásica, para mayor comprensión al momento de cambiar los relatos.
- **Diferenciador Semestre B:** se reflexiona y se apela a la memoria de los participantes para recordar entre los presentes, casos de locutores o programas radiales en los que se perciba agresión al oyente.

Figura 6 Videoclip para explicar la ambientación sonora Semestre A



Fuente: El autor.

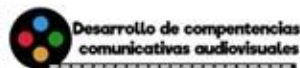
4.1.4 Sesión 4: el guion radial

- **Desarrollo general:** Se revisan de las correcciones y comentarios previamente añadidos a los relatos de los participantes, luego se muestra la estructura del guion que se utilizaría para acomodar el relato a un programa radial. Se explican cada uno de los componentes de este formato.

Figura 7 Ejemplo de guion radial

Nombre Programa:	Relatos	Duración:	7' 29"
Nombre Capítulo:	Un Paseo inolvidable	Edición No:	1
Fecha:		Año:	2017
Género Radial	Narrativo	Formato Radial	Radio relatos
Rol Radial	Nombres y apellidos completos		Rol o personaje
CONTROL:			
Locutor 1:	Erika Valentina Cárdenas Rivera	Narrador	
Locutor 2:	Lina Camila Rodríguez		
Locutor 3:	Pedro Santiago Millán Colorado		
Locutor 4:	Kristian Ernesto Ramírez Medina		
Locutor 5:	Juan José Bernal Orjuela		
Locutor 6:			

NÚMERO	PERSONA / ROL	INFORMACIÓN	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO FINAL
1	Locutor (Narrador)	En el barrio Bosa ubicado al Sur de la ciudad de Bogotá, su comunidad quiere festejar el vigésimo quinto aniversario del mismo, con el fin de unirse entre sí y acercar más a sus habitantes, tienen pensado alquilar una gran hacienda, en una zona rural de Ibagué. Paola líder de la comunidad del barrio bosa, empieza a organizar la salida, se convoca a una junta en la cual se discutirá el día en que se realizará y asignará algunas cosas que cada uno deberá llevar.	28"	28"
2	Locutor (Paola)	Muy buenas tardes a todos, el motivo por el que se convocó esta reunión es para hablar sobre el viaje de integración; el cual celebraremos los veinticinco años de haberse fundado nuestro hermoso barrio. Empezaremos por asignar lo que cada uno llevará para el festejo.	19"	47"
3	Locutor	Paola empezó a asignar los ingredientes y utensilios por familia, pero como siempre tenía que haber alguien que estuviese en desacuerdo; doña Claudia		



Fuente: Captura de pantalla ejercicios realizados en clases

- **Diferenciador semestre A:** En este punto se sondea el proceso de los talleres. Ante esto, los participantes se encuentran conformes con los temas vistos y sugieren hacer ejercicios prácticos y de ensayo antes de grabar sus programas radiales.

4.1.5 Sesión 5: conectar historias

- **Desarrollo general:** Se ultiman detalles de los guiones radiales para su grabación en cabina. Por solicitud de los participantes, se hace un ejercicio en el aula simulando la cabina de radio, donde se enseñan posturas, manejo de micrófono y se dan consejos para la interpretación de personajes. En esta parte también se presentan videos donde algunas personas interpretan varios personajes, para motivarlos a reconsiderar los personajes asignados y darles un sello personal.

- **Diferenciador semestre B:** El ejercicio de simulación en cabina radial se transforma, se hace con las luces apagadas en el aula. Las únicas personas que tienen voz son los locutores, los demás participantes serán oyentes.

4.1.6 Sesión 6: conociendo una emisora radial

- **Desarrollo general:** En este punto se hace la visita a la emisora Tu Radio, donde los participantes conocen la cabina master y la cabina de grabación. Los diferentes grupos hacen sus pregrabados.

Figura 8 Grabación en cabina de la emisora Tu Radio Semestre A



Fuente: El autor.

4.1.7 Sesión 7: edición en audio

- **Desarrollo general:** Los participantes aprenden a usar el programa adobe Audition, enfocado en la edición de audio profesional. Con los pregrabados se hacen procesos de limpieza, asignación de efectos, se agregan los elementos que hacen parte del paisaje sonoro y finalmente se exporta el programa.

- **Diferenciador Semestre B:** A esta etapa, sólo llegó a edición un solo grupo del programa radial, ya que la mayoría de los participantes no sentían afinidad con la radio (expresado por ellos durante las sesiones).

Figura 9 Taller de edición en audio



Fuente: El autor.

4.1.8 Sesión 8: inducción al video

- **Desarrollo general:** Desde este taller se empieza la parte relacionada con la producción de videos. El ejercicio planteado en esta sesión es ver algunos productos realizados por estudiantes del programa de comunicación social-periodismo y, al mismo tiempo, explicar las diferencias entre los productos presentados, en cuanto a denominación por tiempo, por contenido y por elaboración. En una segunda parte, se hace reflexión e incita al debate sobre la responsabilidad de los videos en la sociedad. Al final de la sesión, se arma el equipo para el producto audiovisual definitivo.

Figura 10 Reunión de grupo para formalizar ideas de producto final semestre B



Fuente: El autor.

4.1.9 Sesión 9: aspectos técnicos del audiovisual I

- **Desarrollo general:** En esta sesión se presentan elementos que componen el lenguaje audiovisual, mediante ejemplos en video, y haciendo ejercicios prácticos en la clase se explican los planos, los tipos de plano, movimientos de cámara, angulaciones del plano. Al concluir, se hace un ejercicio de actuación, en el que los participantes improvisan situaciones cotidianas de acuerdo con tres papeles en los que llevan escritas diferentes situaciones, actitudes y comportamientos, papeles que se sacarán al azar.

Figura 11 Ejercicios de actuación



Fuente: El autor.

4.1.10 Sesión 10: aspectos técnicos del audiovisual II

- **Desarrollo general:** Se expresa la importancia y la incidencia de la luz al momento de realizar una grabación o captura de fotografías. Para reforzar los elementos vistos en la clase anterior, se les pide tomar fotos en la universidad y mostrarlas al terminar la sesión. Luego, se les da parámetros técnicos de las dimensiones de un video, y se recalca la importancia de haber aprendido la construcción del paisaje sonoro en los talleres enfocados en radio, ya que al momento de producir un video deberán construir la ambientación sonora del mismo. Por último, se realiza el segundo ejercicio de actuación enfocado al manejo de los espacios y escenarios. Desde este momento, los participantes tienen definida la idea de producto final audiovisual, por lo que se pide a los participantes allegar por correo electrónico los resúmenes o ideas que se tengan para este trabajo.
- **Diferenciador semestre B:** Se realiza un taller de iluminación interna con el que se explican posiciones para una buena iluminación y se les enseña a los

participantes a utilizar recursos a la mano para transformar el aspecto de las fotografías.

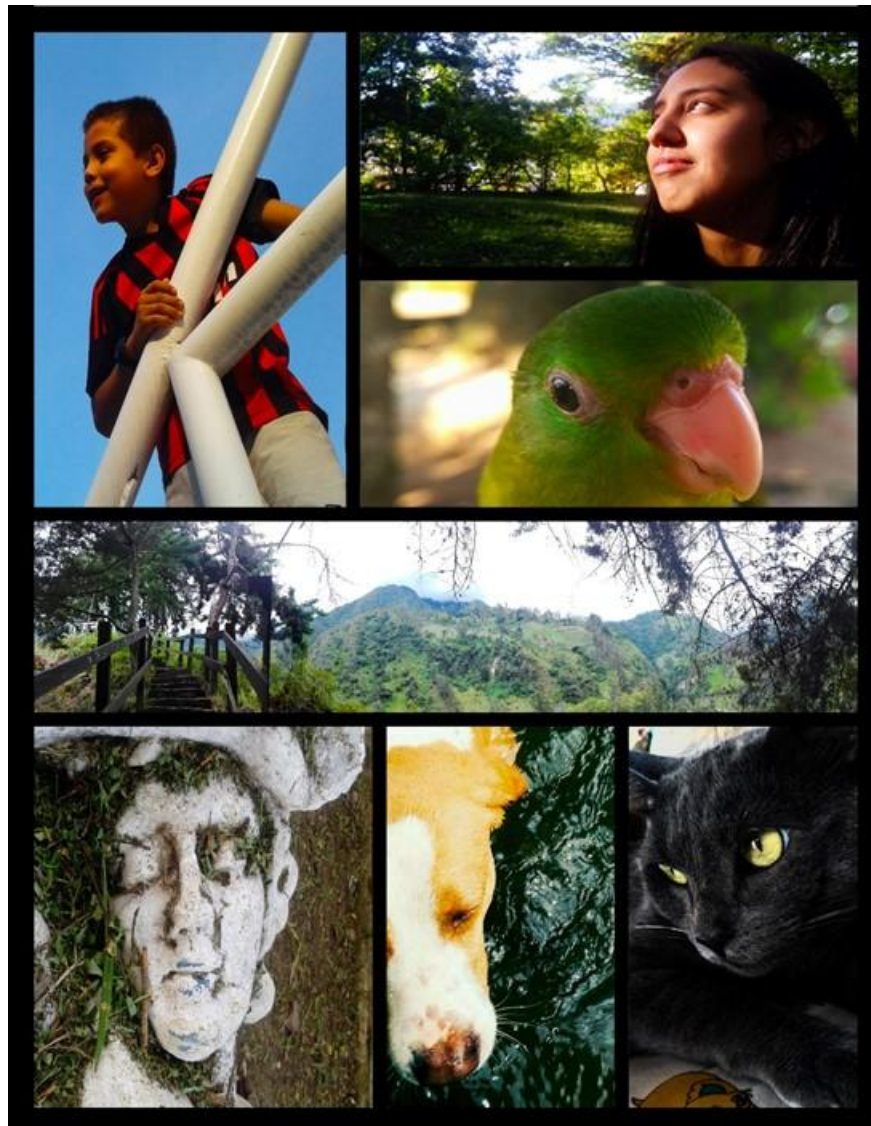
Figura 12 Ejercicios de iluminación



Fuente: El autor.

- **Diferenciador semestre B:** Para la siguiente sesión se les pide fotografías aplicando los elementos relacionados al lenguaje audiovisual, elementos impartidos en las sesiones 9 y 10. En total, cada participante debe entregar seis fotografías de acuerdo con los planos: panorámico, general, americano, medio, primer plano y plano de detalle.

Figura 13 Ejercicio de fotografías y planos



Fuente: Participantes taller semestre B 2017.

4.1.11 Sesión 11: primeros encuentros con el cortometraje

- **Desarrollo general:** Se charla sobre las sugerencias y la coherencia de los resúmenes enviados previamente al correo como producto definitivo. Se expone lo que es un cortometraje, filminuto y el plano secuencia. Se dejan tareas

asignadas y guionistas seleccionados para construir los relatos de los productos finales con plazo de una semana para contar con los primeros avances en las historias. Al finalizar la sesión, se hace el tercer ejercicio de actuación que consiste en reforzar la motricidad en las escenas.

- **Diferenciador semestre B:** Para este semestre se pone como reto crear los productos finales audiovisuales usando la Universidad del Tolima como locación principal. No se permite hacer uso de lugares externos. Lo anterior no quiere decir que las historias deben estar relacionadas con el contexto universitario. El ejercicio de actuación se lleva a cabo en exteriores, retando a los participantes a lograr credibilidad al actuar frente a personas ajenas al taller.

Figura 14 Ejercicios de actuación frente a personas externas semestre B



Fuente: El autor.

4.1.12 Sesión 12: uso de la imagen y el texto para contar historias

- **Desarrollo general:** Se revisan los relatos creados desde la última sesión. Se presenta el formato de guion literario para que los guionistas pasen el relato a este

formato, para tener una mayor precisión al determinar la duración de los productos finales. Se presenta otro tipo de videos, el *stop motion*, que es el video realizado por imágenes o fotografías en secuencia para generar movimiento. Al final de la sesión, se hace una presentación de los roles de producción y se asignan de acuerdo con cada grupo para empezar a desarrollar tareas referentes a cada rol. Además se les menciona a los participantes que deben grabar un producto en video por parejas, para aprender edición de video en la siguiente sesión.

Figura 15 Ejemplo de guion literario realizado en los talleres semestre A y B

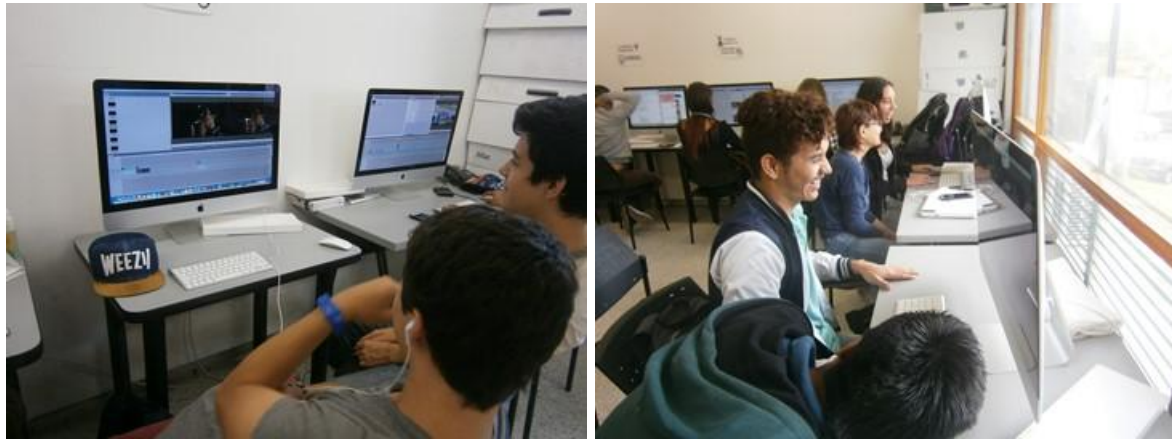
1.	1
HUELLA MNEMICA.	Videoclip: "Tu Atacas"
1. INTERIOR / CASA MATIAS / DÍA	1 INT. DUCHAS - DÍA
Día 1.	Mientras Ellie tomaba una ducha a muy temprana hora, empezaba a recordar la hermosa relación que mantenía con Tay. Venían a su memoria escenas de felicidad (mientras Ellie acaricia su piel muy delicadamente, lo cual produce en Ellie una euforia extrema, manifestando sus sentimientos moviendo su cuerpo.
6 a.m. la alarma suena junto a los fatigantes sonidos que rompen el silencio de la madrugada.	
Matías despierta, apaga el despertador y comienza su rutina diaria.	2 EXT. PARQUE PRINCIPAL ENTRADA - DÍA
COCINA	Por su mente llegaban los momentos más importantes vividos con Tay: Aquel primer instante en el que sus ojos se cruzaron. Ellie sentada en una banca leyendo un libro, hace la acción de cruzar la hoja levantando la vista hacia un lado entretanto Tay caminando con varios amigos, por el pasaje de piedra, se ríe a carcajadas con su vista al cielo llamando la atención de Ellie quien lo mira, él baja la vista y mira hacia ella sosteniendo esa mirada un par de segundos.
Se levanta, pone música en su estéreo, se coloca su ropa deportiva y prepara su bebida, algo levanta su atención sobre el mesón de su cocina, un pequeño tarro de pastas medicinales, lo observa con atención, decide botarlo a la basura	

Fuente: Captura de pantalla ejercicios realizados en clases

4.1.13 Sesión 13: edición de un audiovisual

- **Desarrollo general:** Con el uso de los equipos en el laboratorio audiovisual, se instruye sobre cómo usar el programa Adobe Premiere Pro para edición en video. La sesión 13 se imparte en diferentes momentos teniendo en cuenta la disponibilidad de los computadores y el tiempo de los participantes entre semana. Al concluir, los participantes deben entregar los productos en parejas para validar lo aprendido.

Figura 16 Taller en edición de video semestre A y B



Fuente: El autor.

- **Diferenciador semestre A:** En uno de los encuentros de edición y con el apoyo del laboratorio audiovisual, se capacitó en el manejo de cámaras, boom y trípodes a los participantes, aspecto importante teniendo en cuenta que al final de las sesiones los productos definitivos serían filmados con este equipo.

Figura 17 Taller en manejo de equipos (cámara, trípodes y boom) semestre A



Fuente: El autor.

- **Diferenciador semestre B:** En uno de los encuentros de edición se capacitó en el manejo de cámaras, boom y trípodes a los participantes, aspecto importante teniendo en cuenta que al terminar las sesiones los productos finales serían filmados con estos equipos. También se hicieron grabaciones previas para que los participantes se apropiaran del manejo de los mismos antes del rodaje.

Figura 18 Taller en manejo de equipos (cámara, trípodes y boom) semestre B



Fuente: El autor.

4.1.14 Sesión 14: preproducción audiovisual.

- **Desarrollo general:** La sesión inicia presentando los guiones ajustados y corregidos. Es momento de presentar el desglose de guion, de modo que se puedan clasificar los elementos y recursos necesarios para hacer la producción de video. También se orienta sobre el plan de rodaje, elemento necesario para saber en qué orden se filmaran las escenas planteadas en el guion literario. Por último, se plantea el ejercicio “video veloz”, que supone realizar un producto

audiovisual con los temas vistos en menos de 2 horas, para medir la capacidad de trabajo en equipo y la rigurosidad al grabar con tiempo limitado.

Figura 19 Formato desglose de guion semestre B

Escena	Lugar de grabación (colocar el lugar que se necesita)	Luz (día o noche)	Cantidad de personajes en escena y nombres	Vestuario por personaje	Maquillaje / Efectos Especiales	Escenografía	Observaciones
1	Duchas	Día	Una persona, <u>Leidy</u>	Top sin <u>tiras</u> , shorts, <u>toalla</u> , <u>pulsera</u>	Maquillaje corrido.	Mientras tomaba una ducha, <u>Ellie</u> mira su mano derecha en donde hay una pulsera y luego comienza a recordar.	
2	Parque de Calistenia / Terraza del <u>ché</u>	Día	<u>Ellie</u> Extras (4 <u>max</u>) Dos personas, <u>leidy</u> y Juan Carlos, amigos extras del actor max.4	<u>leidy</u> : blusa negra, collar, <u>pantalón</u> morado o negro, bolso. Juan Carlos: <u>buzo</u> <u>jean</u> . Extras: atuendo casual.	Resaltar la mirada de <u>Ellie</u> .	Libro	

Fuente: Captura de pantalla: ejercicios realizados en clases

Figura 20 Ejercicio final de video veloz



Fuente: El autor.

- **Diferenciador semestre A:** Para dar un espacio diferente a la sesión, se hizo un taller sobre diversidad sexual en colaboración con otra estudiante del programa de Comunicación Social-Periodismo. El taller también se justifica porque en las historias se presentan personajes con diversas orientaciones sexuales, por lo que es una oportunidad para promover espacios libres de discriminación.

Figura 21 Taller diversidad sexual, aceptando las diferencias semestre A



Fuente: El autor.

4.1.15 Sesión 15: producción audiovisual.

- **Semestre A:** Los grupos armados para grabar los productos finales son dos, pero por problemas de disponibilidad de equipos, solamente se hace el rodaje de un solo producto durante dos días. El otro producto queda pendiente para grabación durante el año 2018.

Figura 22 Grabación cortometraje final



Fuente: Registro fotográfico propio.

Figura 23 Finalización grabación del producto final



Fuente: El autor.

- **Semestre B:** Las grabaciones se llevan a cabo durante dos días y en diferentes momentos en la Universidad del Tolima. Los participantes se ajustan a los tiempos de acuerdo con la iluminación del día, la disponibilidad de locaciones y el tiempo de los actores para registrar cada una de las escenas planteadas en el guion literario.

Figura 24 Grabación videoclip final semestre B 2017



Fuente: Registro fotográfico propio.

Figura 25 Finalización de la grabación del producto final



Fuente: El autor.

4.1.16 Sesión 16: postproducción audiovisual.

- **Desarrollo general:** De acuerdo con las dinámicas y tiempos de los semestres, se aplaza este proceso hasta el mes de febrero de 2018. En esta fecha se hacen Loading de videos, edición de video, montaje, efectos y transiciones, ambientación sonora, color e iluminación y se exporta el producto final.

Figura 26 Proceso de edición videos finales



Fuente: El autor.

4.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

A partir de la aplicación de la encuesta en forma virtual y compartida en los grupos creados por medios sociales para el desarrollo de los talleres, se analizan los datos. Las preguntas de estas encuestas nos arrojarán datos y aproximaciones para efectuar ajustes al modelo de formación y evaluar otros aspectos que se relacionaron durante la aplicación de los talleres en los semestres A y B 2017.

4.2.1 Pregunta 1. ¿Cuál de los siguientes temas considera usted que aprendió o reforzó al finalizar los talleres?

Figura 27 Imagen pregunta 1

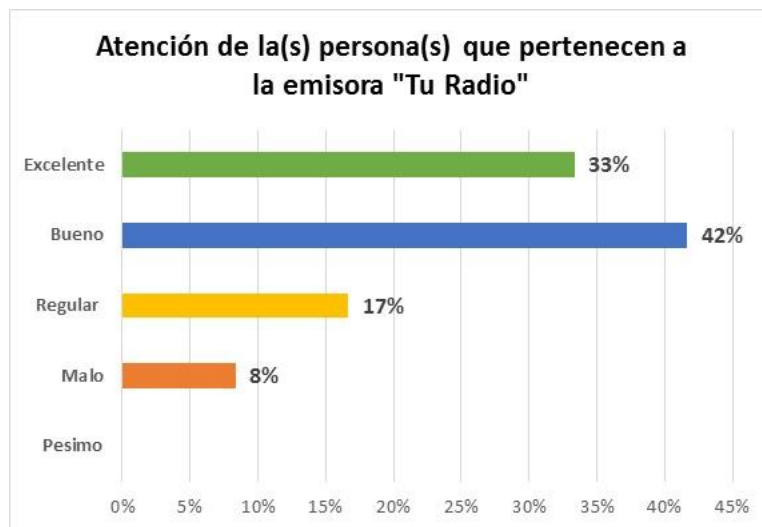


Fuente: El autor.

De acuerdo con los encuestados, el 24% asegura haber aprendido la creación de productos audiovisuales (preproducción, producción y postproducción), un 18% considera la escritura de historias, relatos y guiones con la edición de video, un 14% hace referencia a la edición de audio y la creación de programas radiales, un 10% a la fotografía, comparado con un 2% que incluye la interacción social como elemento de aprendizaje y refuerzo en el modelo de formación.

4.2.2 Pregunta 2. ¿Cómo calificaría usted los siguientes elementos?

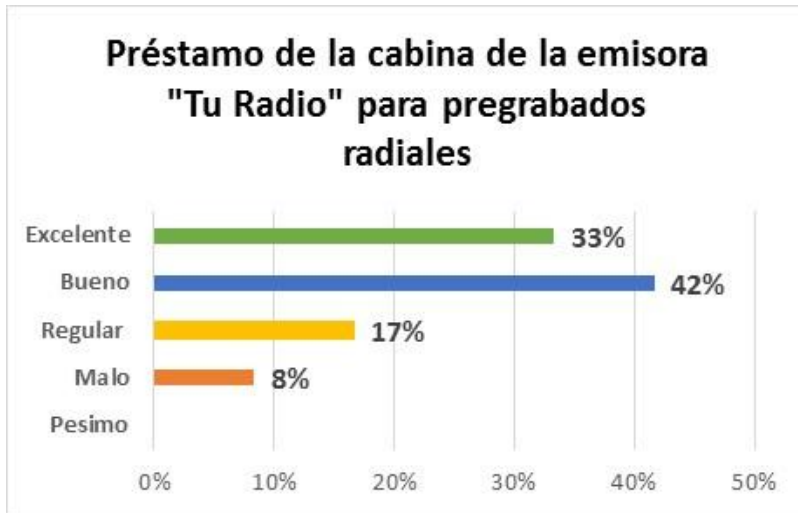
Figura 28 Atención de la(s) persona(s) que pertenecen a la emisora “Tu Radio”.



Fuente: El autor.

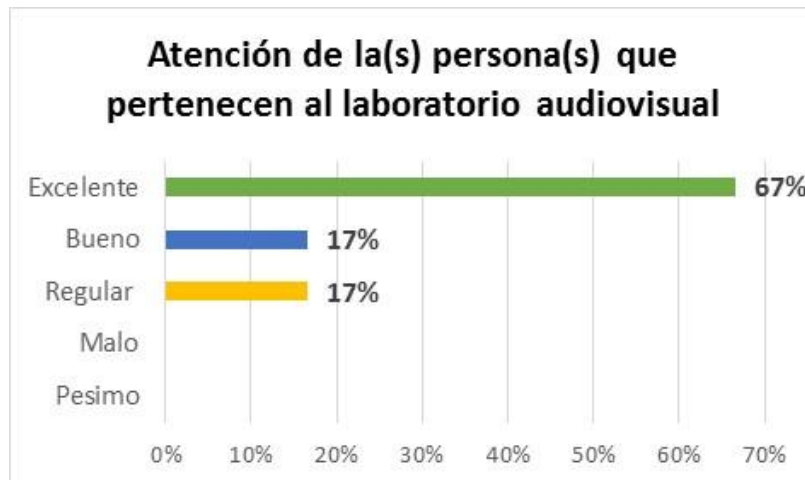
Un 42% de los encuestados afirman que la atención de la(s) persona(s) que pertenecen a la emisora “Tu Radio” se considera buena, el 33% califica este servicio como excelente, 17% da una valoración de regular, comparado con un 8% que define el servicio como malo. Este análisis también aplica al préstamo de la cabina para realizar pregrabados, teniendo en cuenta que los valores porcentuales son iguales.

Figura 29 Préstamo de la cabina de la emisora "Tu Radio" para pregrabados radiales



Fuente: El autor.

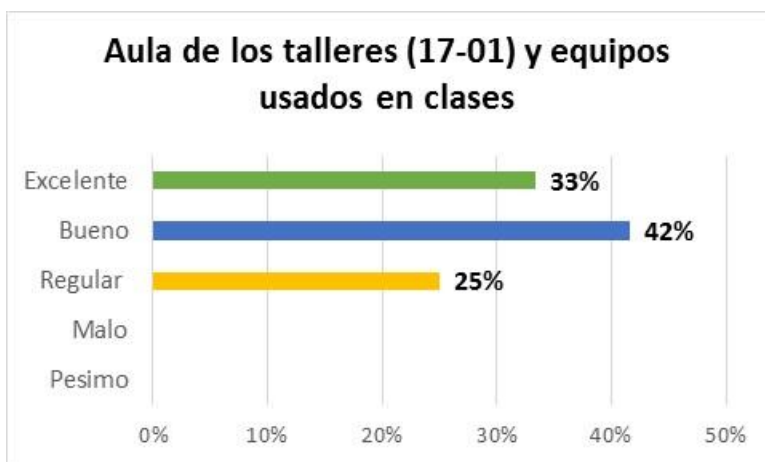
Figura 30 Atención de la(s) persona(s) que pertenecen al laboratorio audiovisual



Fuente: El autor.

El 67% de los encuestados valora con la calificación excelente la atención de la(s) persona(s) que pertenecen al laboratorio audiovisual, comparado con los que califican este ítem como bueno (17%) y regular (17%).

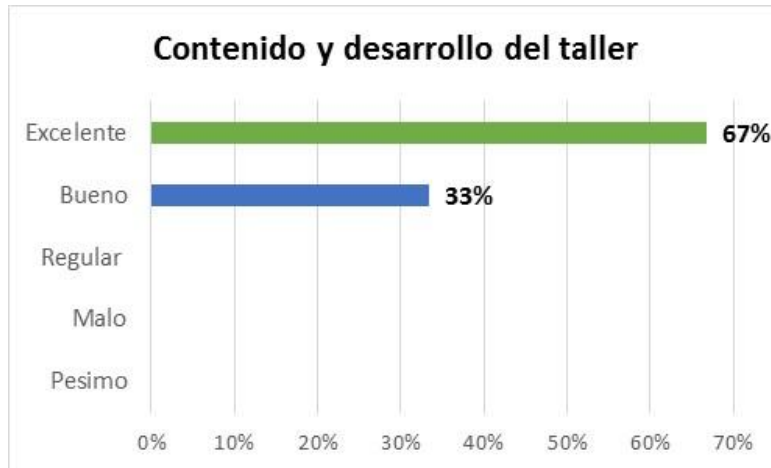
Figura 31 Aula de los talleres (17-01) y equipos usados en clase.



Fuente: El autor.

El 42% de los encuestados relaciona el aula y los equipos utilizados con una valoración de bueno, un 33% asegura que estos implementos y el espacio son excelentes, comparado con un 25% quienes dan una valoración regular a este ítem.

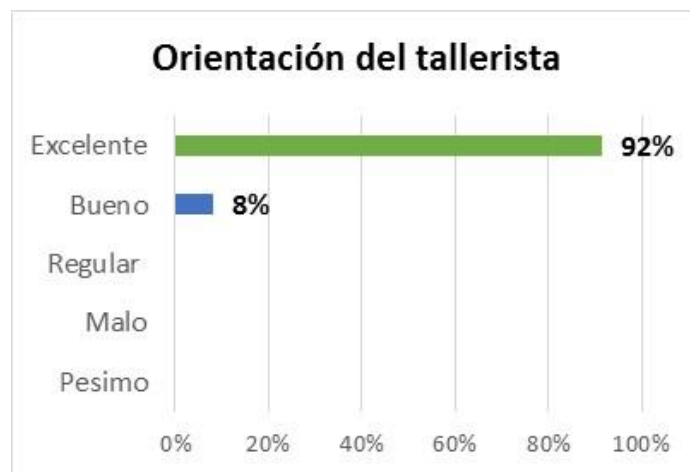
Figura 32 Contenido y desarrollo del taller



Fuente: El autor.

De acuerdo con las respuestas, el 67% de los encuestados asegura que el contenido y desarrollo de los talleres es excelente, comparado con un 33% que manifiesta que este ítem se puede categorizar como bueno.

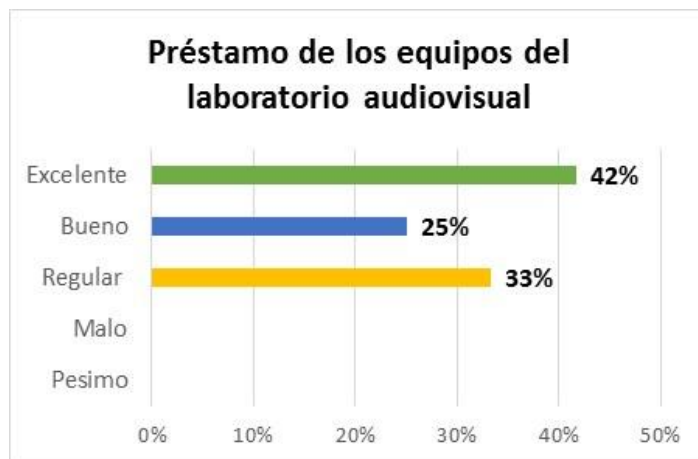
Figura 33 Orientación del tallerista.



Fuente: El autor.

El 92% de los encuestados asegura que la orientación del tallerista es excelente, comparado con un 8% que valora este ítem como bueno.

Figura 34 Préstamo de los equipos del laboratorio audiovisual.



Fuente: El autor.

A su vez, el 42% manifiesta que el préstamo de equipos es excelente, un 33% considera que es regular, comparado con un 25% que valora el préstamo con la condición de bueno.

4.2.3 Pregunta 3. ¿Qué le agregaría al taller para fortalecerlo?

Esta pregunta permitió a los participantes expresarse sobre los aportes que ellos verían necesarios para fortalecer el taller. Con base en las respuestas suministradas, se organizaron en las siguientes tres categorías:

- **Aumentar el tiempo y cantidad de talleres:** Es la categoría con mayor votación, los participantes encuestados manifestaron que sería recomendable extender en más horas los talleres o hacerlo continuo durante un año, para tener un mayor dominio de las temáticas impartidas y mejores productos.

- **Mejora de equipos:** en esta categoría, las respuestas se relacionan con la orientación inicial en el manejo de los equipos existentes en ambos laboratorios (Tu Radio y Audiovisual), así como la compra de más equipos para un mejor desarrollo del taller.
- **Exigencia por parte del tallerista:** se menciona esta categoría al ver que algunos participantes no presentaban los trabajos y actividades de los talleres.

4.2.4 Pregunta 4. ¿Qué le quitaría al taller para fortalecerlo?

En esta pregunta, también las respuestas tienen clasificación por categorías, expresadas a continuación:

- **No se debe suprimir nada:** los participantes están de acuerdo con los contenidos, los horarios y las actividades planteadas.
- **Horarios pesados:** Esto hace referencia a algunas sesiones realizadas todo el día, por cuestión de tiempo.

4.2.5 Pregunta 5. ¿Recomendaría el taller a otros compañeros de comunicación social?

Figura 35 ¿Recomendaría el taller a otros compañeros de comunicación social?



Fuente: El autor.

El 100% de los encuestados aseguran que recomendarían el taller a otros compañeros del programa de comunicación social.

4.2.6 Pregunta 5.1 ¿Por qué?

Para esta pregunta, se desplegaron 3 categorías:

- **Taller de inducción de la carrera:** Los encuestados aseguran que recomendarían el taller, al ser un modelo de inducción para conocer la realización audiovisual y adquirir elementos que les servirán en el desarrollo de su carrera profesional.
- **Fortalecer los conocimientos previos en audiovisual:** con el modelo, se permite recordar experiencias previas en producción audiovisual, antes de ingresar el programa de comunicación social.
- **La metodología del modelo:** destacan el diseño del modelo, la continuidad de sus actividades y el aporte práctico en las sesiones.

5 RESULTADOS

5.1 DESDE LOS PARTICIPANTES

- En el semestre A 2017, se inscriben al modelo de formación un total de 26 personas, de las cuales 19 finalizan el proceso. Para el semestre B 2017 el total de inscritos es de 25 personas y finalizan el proceso 11. Esto nos dejaría con 30 personas que participaron activamente en el modelo de formación.
- Se debe mencionar que las personas que no continuaron en el proceso, manifestaron (tiempo después de aplicado el modelo) que su no continuidad se derivaba de diferentes aspectos relacionados con los horarios de las sesiones, la no capacidad financiera para poder transportarse todas las sesiones y tener diferentes actividades deportivas y/o laborales en el mismo horario.
- Al iniciar los encuentros en ambos semestres, la predilección se enfocaba más en la radio, pero al momento de finalizar las sesiones, los participantes manifestaban tener mayor gusto por la producción de video.
- En el semestre A 2017, la totalidad de los participantes pertenecían al primer semestre del programa de comunicación. Para el semestre B 2017, algunos participantes, por la recomendación de los asistentes a la primera intervención, se inscriben en este semestre; por tanto, se tienen participantes de primer y segundo semestre.
- Al finalizar las intervenciones, algunos participantes manifiestan que el modelo de formación les permitió tener más herramientas para elaborar los trabajos finales de sus materias de primer y segundo semestre, presentando una mejoría desde primer producto que elaboraron y el producto final del modelo.
- Además, mencionan que ven reflejados en sus compañeros de carrera algunas de las dificultades para hacer audiovisuales, que ellos ya superan con la participación en el modelo. Los ha hecho ser más críticos sobre cualquier producto que les presentan y les estimula su curiosidad sobre cómo se elaboran estos productos o les invita a pensarse diferentes formas de mejorar lo que ven en las

pantallas. Incluso un grupo de estudiantes, hicieron una réplica sobre este modelo para aplicarlo en un colegio rural en Ibagué como parte de una de sus materias.

5.2 DEL MODELO DE FORMACIÓN

- Los participantes vieron los diferentes contextos sociales en los que se relacionan diariamente, analizando cada uno desde su perspectiva, y convirtiendo este análisis en insumos para los diferentes productos audiovisuales que se crearon en el modelo, logrando plasmarlos en productos desde la ficción.
- A su vez, adquirieron la capacidad de diferenciar y clasificar los diferentes géneros y formatos desde la radio y el video. Esto se encuentra sustentado en los productos que desarrollaron en diferentes ejercicios y trabajos finales.
- Lograron identificar y crear relatos a partir de la estructura narrativa clásica, así como estructurar estos relatos en guiones literarios o para radio, y realizar el desglose de estos (guion técnico).
- Se observa que al finalizar los modelos de formación, los participantes tienen más cuidado al construir los paisajes y la ambientación sonora para radio y video, así como para su edición en el programa Adobe Audition.
- Los participantes lograron reconocer la importancia de la planificación de un producto audiovisual desde sus diferentes etapas (preproducción, producción y postproducción audiovisual), así como desde el trabajo en equipo y la designación de las responsabilidades para elaborar los productos finales del taller, en ambos casos, videoclips.
- Los estudiantes comprendieron los diferentes aspectos técnicos y de composición de una imagen, el lenguaje audiovisual y la incidencia de la iluminación para obtener videos y/o fotografías con mejores condiciones técnicas.
- Los participantes, comprenden la importancia de interpretar personajes, sean estos para radio o video, mediante los ejercicios de actuación inmersos en el modelo. Entienden que no es solamente aprenderse un texto y recitarlo, sino darle

un sello personal y asumir los personajes y las acciones para hacer creíbles las diferentes interpretaciones.

- Los participantes aprendieron a usar en forma básica el programa de edición Premiere Pro, muestra de esto, son la mayor parte de videos que se encuentran anexos a este documento. En algunos casos y por dificultades en los tiempos para hacer edición, algunos de los videos son editados en celulares.
- Aprendieron el manejo de los equipos del laboratorio audiovisual (cámara, boom, trípode, flex), y el referente de este resultado, son los videos productos finales. Ya que los participantes hicieron la filmación de estos productos con el equipo que era suministrado por el laboratorio.

5.3 DESDE LA ENCUESTA

- En los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que los participantes tuvieron un aprendizaje conectado a las diferentes etapas de planeación de un producto audiovisual y sus distintos componentes: edición de audio, edición en video, escritura de relatos y guiones, fotografía e interacción con los demás compañeros para elaborar productos audiovisuales en equipos.
- Al revisar las valoraciones al componente humano que atiende y presta equipos en los laboratorios “Tu Radio” y Audiovisual, se infiere que no se tuvieron inconvenientes en cuanto al laboratorio audiovisual, pero la valoración al laboratorio “Tu Radio” suma un 25% de valoración regular – mala. Este contraste se verifica conversando con los participantes, quienes manifiestan haber tenido limitaciones en la asignación de los espacios para hacer pregrabados, la atención de algunas personas de la emisora y la elaboración de los pregrabados (que quedaban con voces y ruido proveniente del master).
- Sobre las temáticas del modelo de formación, los participantes califican ese ítem con valoraciones de excelente (67%) y bueno (33%). Cuando se les preguntó sobre elementos que se han de agregar en el ajuste del modelo de formación, hacían referencia a tener más tiempo y sesiones o, de ser posible, efectuar una

segunda parte del modelo de formación, pero a los temas desarrollados no hicieron sugerencias.

- Sobre los aspectos que se han de suprimir en el modelo de formación, aseguran que no es recomendable establecer dos sesiones en un solo día, y esto puede solucionarse si el taller extiende sus sesiones.
- Al momento de preguntárseles sobre si recomendarían el taller a otros compañeros de carrera, el 100% de los encuestados aseguran que si harían la recomendación. Prueba de esto son los estudiantes que se inscriben en la segunda intervención y quienes en este año preguntan sobre el modelo de formación. Además, sugieren que estos talleres pueden convertirse en el modelo de inducción para los estudiantes nuevos del programa.

5.4 DE LOS PRODUCTOS OBTENIDOS

Combinando ambas intervenciones, nos arrojan los siguientes productos:

- 26 relatos escritos desde el tema central que se trabajó durante el semestre, y con los que se podría hacer a futuro un producto editorial.
- Nueve piezas radiales derivadas de los relatos escritos por los participantes
- 14 videos que se derivan en productos en parejas (11) y los productos finales que son dos videoclips.
- 84 fotografías derivadas de los planos y ángulos de la imagen.
- Tres guiones literarios, dos correspondientes a los videoclips realizados y uno con el cortometraje que se encuentra pendiente de grabación.

6 CONCLUSIONES

Pasado unos meses desde la primera intervención, al encontrarnos con los participantes en diferentes partes de la universidad, relacionan las habilidades que adquirieron con el modelo de formación. Incluso destacan el hecho de tener una noción básica sobre lo que representa producción audiovisual, así como mayor dominio en cuanto a la elaboración de productos. Se comparan con sus compañeros que no asistieron al modelo de formación y en ellos ven las dificultades que tenían hace un tiempo, antes de iniciar la capacitación.

Los 30 participantes del modelo de formación, han comprendido que la elaboración de un producto audiovisual no es tan fácil como tomar una cámara, grabar y dejar de grabar. O el típico dicho de algunas personas que desconocen todo el proceso de elaboración: “Si es un video de tres minutos, en tres minutos sale”.

Desde la producción audiovisual se requiere de un proceso de planificación de meses, incluso de años, para obtener un producto de buena calidad. Los participantes son conscientes que esta planificación y disciplina, serán las bases para que sigan aprendiendo a explorar la producción audiovisual, a ser críticos frente a sus propias producciones y a motivarlos en crear producción creativa.

El modelo de formación “Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales”, se podría utilizar como alternativa para dar las bases de producción audiovisual a los estudiantes de primeros semestres, mientras se aprueba y empieza el nuevo plan de estudios. Cuando el nuevo plan de estudios entre en vigencia, se puede tomar como un taller de introducción a la carrera o convertir en una electiva del programa de comunicación.

Con esta intervención, se puede constatar que si es importante que existan los cuatro talleres enfocados en producción audiovisual en el nuevo pensum. Aportaría a que los

estudiantes no inicien su formación profesional con vacíos en este campo, lo que facilitaría que elaboraran trabajos finales con mejores bases y al momento de las materias con mayor exigencia (argumental y documental) no tengan los mismos problemas e inconvenientes que tuvimos los estudiantes cobijados con el pensum del año 2006. Aunque este último punto, se puede analizar con más precisión cuando los participantes al modelo cursen estas asignaturas.

De acuerdo con lo sugerido en las encuestas elaboradas, se hace una revisión del modelo de formación para aplicar ajustes, extender algunas sesiones y agregar algunas temáticas que son importantes en el momento de producir un audiovisual. Con la modificación, las sesiones aumentan en 21, 19 de ellas corresponden al desarrollo temático y las dos restantes se refieren al rodaje y la edición el producto final.

Tabla 4 Nueva relación de talleres y duración

Talleres	Cantidad de horas por taller	Sumatoria horas de taller	Observación
1 al 19	4	76	Se trabaja por actividades designadas en cada sesión
20 y 21	Sin determinar	--	Estas son las sesiones que se refieren al rodaje y edición. De acuerdo al tipo de producto que escojan los participantes en el modelo de formación, el tiempo puede variar entre horas o días.
Total		76	





Fuente: El autor.

Para finalizar, se dejará la relación del modelo de formación con los respectivos ajustes aplicados:

Tabla 5 Modelo de formación ajustado

Nombre Taller	<i>Inducción a la radio</i>		
No.	1	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Identificar las problemáticas sociales de nuestro entorno, para narrarlo a partir de productos radiales.			
Temas		Producto(s)	
Presentación de talleres. Dinámica de presentación de los participantes al modelo. Pautas para locución (ejercicios de respiración, vocalización, posturas y dicción) Diagnóstico de problemáticas y/o definición del tema central para trabajar los productos en el modelo.		Temática central para trabajar los productos audiovisuales.	
Nombre Taller	<i>Identificación y construcción de propuestas radiales</i>		
No.	2	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Comprender las estructuras, géneros y formatos radiales para la creación de programas. Reconocer la estructura narrativa clásica como base para la creación de historias.			
Temas		Producto(s)	
Tipos de programas radiales Estructura narrativa clásica (Inicio, nudo, desenlace)		Ideas grupales para el producto radial.	
Nombre Taller	<i>Componentes técnicos de la radio y su beneficio social</i>		
No.	3	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Reconocer los componentes sonoros de la radio y su impacto social.			
Temas		Producto(s)	
La radio y su función social Construcción de relatos I (primeros escritos) La música, los spots, el paisaje sonoro y silencios en la radio		Primeros escritos para programa radial.	
Nombre Taller	<i>El guion radial</i>		
No.	4	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Planear los programas utilizando el guion radial.			




Temas				Producto(s)
Construcción de relatos II (corrección de escritos) El guion radial Historia de la radio en Colombia.				Historias en formato de guion radial
Nombre Taller	<i>Conectar Historias</i>			
No.	5	Tiempo	4 Horas	
Objetivo(s)				
Redactar historias y hacer ensayos de cabina para un programa radial.				
Temas				Producto(s)
Construcción de relatos III (Finalización de relatos) Ejercicios de simulación para grabar en cabina radial. Actuación e interpretación en radio (Ensayo de guiones).				Guiones radiales finalizados
Nombre Taller	<i>Grabando en Radio</i>			
No.	6	Tiempo	4 Horas	
Objetivo(s)				
Conocer las instalaciones de la emisora Tu Radio. Realizar la grabación de un pregrabado.				
Temas				Producto(s)
Visita a Tu Radio Grabación de pregrabados				Voz en off pregrabados para edición
Nombre Taller	<i>Edición en audio I</i>			
No.	7	Tiempo	4 Horas	
Objetivo(s)				
Editar una pieza de audio de acuerdo con lo planificado en el guion radial.				
Temas				Producto(s)
Conociendo el programa de edición Adobe Audition. Montaje de audio. Limpieza de audio				Programas de radio editados
Nombre Taller	<i>Edición en audio II</i>			
No.	8	Tiempo	4 Horas	
Objetivo(s)				
Editar una pieza de audio de acuerdo con lo planificado en el guion radial.				
Temas				Producto(s)
Adición de efectos de audio, cambios de tono y deformación de voces.				Programas de radio editados

Creación del paisaje sonoro.
 Creación de cabezotes.
 Exporte de audios

Nombre Taller	<i>Inducción al Video</i>		
No.	9	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			

Conocer la producción audiovisual desde la Universidad del Tolima y el programa de Comunicación Social - Periodismo.

Temas	Producto(s)
Tipos de video (por contenido, duración y forma de elaboración). El video y su función social. Primeras ideas para el producto de video final.	Ideas y resúmenes para construir el producto en video final.

Nombre Taller	<i>Lenguaje audiovisual I</i>			
No.	10	Tiempo	4 Horas	
Objetivo(s)				

Comprender los componentes del lenguaje audiovisual


Temas	Producto(s)
Movimientos de cámara Angulaciones Valores del plano Actuación I: improvisación	Videos con celulares

Nombre Taller	<i>Lenguaje audiovisual II</i>		
No.	11	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			

Comprender la importancia de la iluminación al momento de grabar
 Conocer los aspectos técnicos para una filmación

Temas	Producto(s)
La luz y sus efectos en el audiovisual Aspectos técnicos para la grabación de videos. Aspectos técnicos para la grabación del sonido en el video. Actuación II: manejo de espacios	Captura de videos con celulares

Nombre Taller	<i>El valor de la imagen</i>		
No.	12	Tiempo	4 Horas

Objetivo(s)			
Aplicar los conocimientos orientados sobre lenguaje audiovisual para capturar fotografías.			
Temas		Producto(s)	
Fotografía en interiores Fotografía en exteriores		Fotografías resultado de los ejercicios.	
Nombre Taller	<i>Los modos de narrar a partir del video</i>		
No.	13	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Identificar las características y componentes para producir un producto en video.			
Temas		Producto(s)	
Construcción de producto final en video I (relato) Filminuto El cortometraje El plano secuencia Videoclip Stop motion Web Serie Actuación III: motricidad		Primeros escritos para producto en video final.	
Nombre Taller	<i>Uso de la imagen y el texto para contar historias</i>		
No.	14	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Plasmar el escrito en el guion literario Identificar las etapas de planificación de un producto audiovisual Reconocer las habilidades y funciones de cada rol en la producción			
Temas		Producto(s)	
Construcción de producto en video final II: El guion audiovisual La planificación de un audiovisual: preproducción, producción y postproducción Los roles de producción		Escritos corregidos para pasar al guion literario	
Nombre Taller	<i>Edición de video I</i>		
No.	15	Tiempo	
Objetivo(s)			
Conocer elementos para editar un producto en video en Adobe Premiere Pro			
Temas		Producto(s)	
Construcción de producto en video final III: Revisión final Loding de videos		Videos en parejas editados	

Edición de video Montaje			
Nombre Taller	<i>Equipos para la grabación de video</i>		
No.	16	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Conocer el manejo de los equipos de filmación disponibles en la universidad.			
Temas		Producto(s)	
La cámara de video El boom Trípode Ensayos y prácticas con los equipos de filmación Actuación IV: situaciones frente a personas externas.		Videos con los equipos de filmación	
Nombre Taller	<i>Edición de video II</i>		
No.	17	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Conocer elementos para editar un producto en video en Adobe Premiere Pro			
Temas		Producto(s)	
Efectos y transiciones Ambientación sonora Color e iluminación Exporte de videos		Videos en parejas	
Nombre Taller	<i>Preproducción audiovisual I</i>		
No.	18	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Reconocer la planeación como elemento fundamental al momento de producir un audiovisual			
Temas		Producto(s)	
El casting Selección de locaciones Guion técnico por departamentos de producción		Casting, loding de locaciones y guion técnico por departamentos de producción.	
Nombre Taller	<i>Preproducción audiovisual II</i>		
No.	19	Tiempo	4 Horas
Objetivo(s)			
Reconocer la planeación como elemento fundamental al momento de producir un audiovisual			
Temas		Producto(s)	

El plan de rodaje		Plan de rodaje – presupuesto para el rodaje.	
Producción ejecutiva (presupuesto)			
Nombre Taller	<i>Producción Audiovisual: Rodaje</i>		
No.	20	Tiempo	De acuerdo al tipo de producto final planteado
Objetivo(s)			
Filmar el producto en video planteado durante las sesiones			
Temas		Producto(s)	
Grabación de cortometraje		Videos para la edición del cortometraje Fotografías del rodaje Videos para Making of	
Nombre Taller	<i>Postproducción Audiovisual: Edición final</i>		
No.	21	Tiempo	De acuerdo al tipo de producto final planteado
Objetivo(s)			
Editar el producto final audiovisual			
Temas		Producto(s)	
Loding de videos Edición de video Montaje Efectos y transiciones Ambientación sonora Color e iluminación Exportar videos		Producto en video editado. Making of editado. Afiche de producto en video editado.	

Fuente: El autor.

RECOMENDACIONES

Entre las acciones a considerar, sería la creación de una segunda parte del modelo de formación, donde se puedan retar a los participantes del primer modelo a elaborar diferentes productos, con más rigor y exigencia de modo que se refuerce lo visto en el primer modelo.

Si hay personas que quieran usar este modelo como réplica en otras comunidades, se les recomienda realizar un reconocimiento y diagnóstico en la población beneficiaria antes de empezar la intervención. Cabe resaltar que este modelo se creó inicialmente para aplicarlo en un barrio de Ibagué, pero por diferentes inconvenientes no paso de cuatro sesiones. Al cambiarlo al contexto universitario, se tuvo que replantear el modelo de formación con base en los equipos y espacios disponibles en la Universidad del Tolima.

Algunos de los participantes del modelo de formación manifestaban que los talleres orientados por el colectivo “Tu Radio” en la semana de inducción, no eran suficientes respecto al tiempo de su desarrollo, lo cual incidía en la calidad de los productos finales desarrollados durante esta semana. A su vez, manifestaron (en el semestre A 2017) que este taller se sentía desordenado, no había coherencia entre las personas que lo orientaban y no se les explicaba de una forma más cercana cómo hacer edición de audio. Con lo anterior, se sugiere al colectivo “Tu Radio” en hacer una revisión en los talleres y/o en la orientación de los mismos.

Es necesario que desde los talleres de los primeros cuatro semestres y las demás materias audiovisuales que se impartirán en el nuevo plan de estudios, se intente una articulación entre sus docentes para que desde cada asignatura se trabaje en torno a un producto común audiovisual. El aprendizaje sería más significativo si se trabaja desde un solo producto que en varios al tiempo, pues así se obtendrían más tesis de grado de la línea audiovisual.

Otro aspecto para tener en cuenta, es el de buscar estrategias para incrementar la cantidad de equipos existentes actualmente al servicio del programa de Comunicación Social-Periodismo, como menciona Cabero: “nos interesa destacar que la simple presencia de los medios no es suficiente, se necesita además que se establezcan medidas organizativas, en cuanto a aspectos económicos (mantenimiento, nueva adquisición, reparaciones...), tiempo de utilización, espacios de acceso, personal encargado de su custodia y mantenimiento” (Cabero, 1997, pág. 48).

Lo anterior se menciona en esta última parte porque, frente al desarrollo de las sesiones de edición, se presentaban dificultades al editar los productos, puesto que se tenían que fragmentar las sesiones para no atrasar el proceso de edición de otras asignaturas. En este momento, el laboratorio audiovisual cuenta con ocho equipos para edición, frente a un programa que tiene alrededor de 400 personas matriculadas semestralmente. Si se está buscando conservar la acreditación de alta calidad, y que el programa sirva de soporte para alcanzar la acreditación institucional, es importante potenciar este espacio, así como el laboratorio “Tu Radio” para que los estudiantes actuales y nuevos tengan más facilidad a empezar y crear productos audiovisuales.

REFERENCIAS

- Adame Tomas, A. (2009). Medios audiovisuales en el aula. *Innovación y experiencias educativas*.
- Cabero, J. (1997). Más allá de la planificación en la <<Educación en Medios de Comunicación>>. En G. Comunicar, *La educación en medios de comunicación* (págs. 39 - 48). Andalucía: Grupo Comunicar.
- Cano, A. (2012). La metodología de taller en los procesos de educación popular. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales (Relmecs)*, 22 - 52. Obtenido de <https://goo.gl/T4FDbY>
- Chaux Torres, E. (2004). Introducción: Aproximación integral a la formación ciudadana. En C. Enrique, J. Lleras, & A. M. Velásquez, *Competencias ciudadanas: de los estándares al aula* (págs. 13-25). Bogotá DC., Colombia: Ediciones Uniandes.
- Climent Bonilla, J. B. (2010). Reflexiones sobre la Educación Basada en Competencias. *Revista Complutense de Educación*, 21(1), 91-106.
- De Oliveira Soares, I. (2000). La comunicación/educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil de su profesional. En C. E. Valderrama Higuera, *Comunicación - educación: Coordenadas, abordajes y travesías* (pág. 426). Bogotá DC.: Editorial Universidad Central - Siglo del Hombre Editores.
- Feilitzen, C. v. (2002). Aprender haciendo: reflexiones sobre la educación y los medios de comunicación. *Comunicar*, IX(18), 21 - 26.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, XV(29), 100 - 107. Obtenido de <https://goo.gl/ui3QNj>

- Gómez, J. (2010). *Análisis del texto audiovisual. Significado y sentido*. Santander, España: Shangrila Textos Aparte.
- González Bernal, M. I. (2008). Alcances y límites de un currículo basado en competencias. En *Educación y educadores* (Vol. XI, págs. 69 - 102). Bogotá: Universidad de la Sabana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: Interamericana de editores S.A. de C.V.
- Huergo, J. A. (1997). Los modos de relacionar Comunicación/Educación. En J. Huergo, & Otros, *Comunicación/Educación: Ámbitos, prácticas y perspectivas*. La plata: Universitaria de la Plata.
- Huergo, J., & Otros. (1997). *Comunicación / Educación: Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Kaplún, M. (2001). *A la educación por la comunicación*. Quito: Editorial "Quipus" - CIESPAL.
- Medellín, F. (2005). *Cómo hacer televisión, cine y video*. Bogotá: Editorial Paulinas.
- Morduchowicz, R. (2003). El sentido de la educación en medios. *Revista Iberoamericana de educación*(32), 35 - 47.
- Nigro, P. M. (2004). La educación para los medios. En C. Parra, *Educación y Educadores* (Vol. VII, págs. 19-32). Bogotá: Universidad de la Sabana.

- Operti, R. (2009). Aportes curriculares para la educación en medios: un proceso en construcción. *Comunicar*, XVI(32), 31 - 40. Obtenido de <https://goo.gl/ZLSJ3A>
- Orozco, J. F. (2011). *La otra cara de la comunicación social: una herramienta de inclusión social*. Bogotá DC: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 04 de Abril de 2018, de <https://goo.gl/qW9RZ4>
- Perez Tornero, J. M. (s.f.). *Comunicación y educación*. Mentor Media Education UNESCO.
- Programa de Comunicación Social - Periodismo. (2017). *Proyecto educativo del programa de comunicación social - periodismo*. Universidad del Tolima , Facultad de Ciencias Humanas y Artes. Ibagué: Universidad del Tolima.
- Quiroz, M. T. (1997). Propuestas para la educación y la comunicación. En G. Comunicar, *La educación en medios de comunicación* (págs. 31 - 37). Andalucía: Grupo Comunicar.
- Quispe Limaylla, A. (2013). *El uso de la encuesta en las ciencias sociales*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado el 13 de Junio de 2018
- Rodríguez Uribe, H. (2008). *Medios de comunicación y educación. La perspectiva radial*. Popayán, Cauca: Instituto Tecnológico de Educación Superior de Comfacauca.
- Sandoval Romero, Y. (2010). *Mirando cómo Miramos: una propuesta desde la Comunicación y la Educación para Multiplicar Miradas*. Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia: Universidad Santiago de Cali.
- Torres Caceros, M. E. (2012). *TALLER DE EDICIÓN DE AUDIO Y VIDEO POR MEDIO DE ADOBE AUDITION Y ADOBE PREMIERE IMPARTIDO EN LA ESCUELA DE ARTES*. El Salvador: Universidad del Salvador.

Trápaga, F. (1997). ¡Escuela e imagen, hoy! En G. Comunicar, *La educación en medios de comunicación* (págs. 49 - 55). Andalucía: Grupo Comunicar.

Valderrama, C. E. (2000). Comunicación - educación, un nuevo escenario. En U. P. Nacional, *Nodos y Nudos* (págs. 2 - 10). Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

ANEXOS

Anexo A: Formato de encuesta aplicado

Desarrollo de competencias comunicativas utilizando el audiovisual : Balance final del curso

Buen día. Para finalizar el proceso y hacer una evaluación a los talleres que se les orientaron en el semestre A y B 2017, es necesario e importante conocer la opinión y sugerencias de cada uno. Para esto se ha diseñado este pequeño formulario en el cual ustedes podrán constestar brevemente algunas preguntas formuladas. Sientansen libres de responder recordando que cualquier sugerencia que den será tenida en cuenta para futuras intervenciones que se realicen en la universidad o con comunidades. Les agradezco mucho su participación y respuestas sinceras.

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Nombres y Apellidos Completos *

Tu respuesta

Tipo de Documento *

Elige



Número de Documento de Identidad *

Este campo se hace necesario de diligenciar, teniendo en cuenta que algunos de ustedes han hecho la renovación del documento de identidad de TI a CC.

Tu respuesta

Código estudiantil *

Tu respuesta

1. ¿Cuál de los siguientes temas considera usted que aprendió o reforzó al finalizar los talleres? *

Seleccionar 1 o varias opciones de respuesta

- Escritura de historia, relatos y guiones
- Creación de programas radiales
- Creación de audiovisuales (preproducción y producción)
- Edición de Audio
- Edición de Video
- Fotografía
- Otro: _____

2. ¿Cómo calificaría usted los siguientes elementos? *

De acuerdo a su percepción, escoja una sola opción de respuesta para cada interrogante

	Pesimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Contenido y desarrollo del taller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aula de los talleres (17-01) y equipos usados en clase	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orientación del tallerista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Préstamo de la cabina de TU Radio para la grabación de los programas radiales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención de la(s) persona(s) que pertenecen a la emisora Tu Radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prestamo de equipos del laboratorio audiovisual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención de la(s) persona(s) que pertenecen al laboratorio Audiovisual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿Qué le agregaría al taller para fortalecerlo? *

En esta parte pueden escribir temas, tiempos y demás elementos que ustedes consideren que faltaron en el taller.

Tu respuesta

4. ¿Qué le quitaría al taller para fortalecerlo? *

En esta parte pueden escribir temas, tiempos y demás elementos que ustedes consideren que se deben suprimir en el taller.

Tu respuesta

5. ¿Recomendaría el taller a otros compañeros de comunicación social? *

Escoja entre las respuestas "Si" y "No".

Elige ▼

5.1 ¿Por qué? *

Justificar la respuesta de la pregunta No. 5


Tu respuesta

Sugerencias y opiniones

En esta parte pueden escribir sugerencias adicionales para el taller. Agradezco nuevamente sus respuestas.

Tu respuesta

Para ver el Anexo B “Productos derivados del proceso de intervención”, consultar los demás contenidos del CD.

	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 1 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Los suscritos:

<u>Yelson Camilo Conde González</u>	con C.C N°	<u>1.110.555.767</u>
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____

Manifiesto (a) la voluntad de:

Autorizar

No Autorizar Motivo: _____

La consulta en físico y la virtualización de mi OBRA, con el fin de incluirlo en el repositorio institucional de la Universidad del Tolima. Esta autorización se hace sin ánimo de lucro, con fines académicos y no implica una cesión de derechos patrimoniales de autor.


Manifiestamos que se trata de una OBRA original y como de la autoría de LA OBRA y en relación a la misma, declara que la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA, se encuentra, en todo caso, libre de todo tipo de responsabilidad, sea civil, administrativa o penal (incluido el reclamo por plagio).

Por su parte la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA se compromete a imponer las medidas necesarias que garanticen la conservación y custodia de la obra tanto en espacios físico como virtual, ajustándose para dicho fin a las normas fijadas en el Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad, en la Ley 23 de 1982 y demás normas concordantes.

La publicación de:

Trabajo de grado	<input checked="" type="checkbox"/>	Artículo	<input type="checkbox"/>	Proyecto de Investigación	<input type="checkbox"/>
Libro	<input type="checkbox"/>	Parte de libro	<input type="checkbox"/>	Documento de conferencia	<input type="checkbox"/>
Patente	<input type="checkbox"/>	Informe técnico	<input type="checkbox"/>		
Otro: (fotografía, mapa, radiografía, película, video, entre otros)					<input type="checkbox"/>

Producto de la actividad académica/científica/cultural en la Universidad del Tolima, para que con fines académicos e investigativos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad del

 Universidad del Tolima	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 2 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Tolima. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento en el momento mismo que hago entrega del trabajo final a la Biblioteca Rafael Parga Cortes de la Universidad del Tolima.

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 en los artículos 30 “...Derechos Morales. El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable e irrenunciable” y 37 “...Es lícita la reproducción por cualquier medio, de una obra literaria o científica, ordenada u obtenida por el interesado en un solo ejemplar para su uso privado y sin fines de lucro”. El artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores” y en su artículo 61 de la Constitución Política de Colombia.

- Identificación del documento:

Título completo: Desarrollo de competencias comunicativas audiovisuales: Modelo de formación para la producción audiovisual con estudiantes de primeros semestres del programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima.

- Trabajo de grado presentado para optar al título de:


Comunicador social - periodista

- Proyecto de Investigación correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Informe Técnico correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Artículo publicado en revista:

- Capítulo publicado en libro:

	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 3 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

- Conferencia a la que se presentó: _____

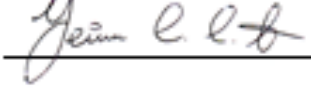
Quienes a continuación autentican con su firma la autorización para la digitalización e inclusión en el repositorio digital de la Universidad del Tolima, el:



Día: 17 Mes: Octubre Año: 2018

Autores:

Firma

Nombre:	<u>Yelson Camilo Conde González</u>		C.C.	<u>1.110.555.767</u>
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____

El autor y/o autores certifican que conocen las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.