



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Reconciliación”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

*Propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica
para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA,
correspondiente al primer semestre 2019.*

AUTORES:

- Br. Esther Abigail Blandino Regalado
- Br. Pedro Luis García Blandón

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, noviembre 2019

¡A la libertad por la Universidad!

INDICE

| | |
|---|----|
| I. RESUMEN | 1 |
| II. INTRODUCCIÓN | 2 |
| III. ANTECEDENTES | 3 |
| IV. JUSTIFICACIÓN | 4 |
| V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 5 |
| Pregunta problema | 6 |
| VI. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN | 7 |
| Objetivo general | 7 |
| Objetivos específicos | 7 |
| VII. ASPECTO TEÓRICO SEGÚN EL ALCANCE O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN | 8 |
| 1. Propuesta | 8 |
| 1.1 Propuestas empresariales | 8 |
| 1.2 Propuestas de investigación..... | 9 |
| 1.3 Propuesta de proyectos | 10 |
| 1.4 Partes del proyecto | 10 |
| 2. Club | 12 |
| 2.1 Tipos de club | 13 |
| a. Fraternidades y hermandades | 13 |
| b. Local étnico | 13 |
| | 13 |
| c. Clubs regionales..... | 13 |
| d. Clubs sobre la base de un interés común | 14 |
| e. Clubs sobre la base de una actividad común | 14 |
| f. La carrera del club | 14 |
| g. Clubs religioso o espiritual | 14 |
| 2.2 Función y estructura..... | 15 |

| | | |
|--------------|--|-----------|
| 2.3 | Club de producción audiovisual..... | 16 |
| 2.4 | Club de cinematografía o CINECLUB | 16 |
| 3. | Comunicación audiovisual..... | 16 |
| 4. | Cinematografía..... | 18 |
| VIII. | DISEÑO METODOLÓGICO | 19 |
| | Enfoque de la investigación..... | 19 |
| | Tipo de investigación..... | 19 |
| | Diseño de investigación | 20 |
| | Objeto de estudio..... | 20 |
| | Muestra | 20 |
| | Triangulación | 21 |
| | MATRIZ DE VARIABLES DE OPERACIONALIZACIÓN | 23 |
| IX. | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS | 25 |
| X. | CONCLUSIONES..... | 30 |
| XI. | RECOMENDACIONES | 41 |
| XII. | REFERENCIAS..... | 42 |
| | ANEXOS..... | 47 |

I. RESUMEN

Esta investigación está enfocada en una propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en la UNAN Managua correspondiente al primer semestre 2019, la cual tiene como uno de sus propósitos describir la relevancia académica que tiene la creación de dicho club para la formación integral y profesional de los estudiantes.

La carrera de comunicación para el Desarrollo en la UNAN Managua junto al cuerpo docente que conforman esta carrera han realizado esfuerzos para lograr potenciar el área de producción de contenidos audiovisuales en los estudiantes, sin embargo, esto se ve limitado por los escasos de un espacio fijo y la falta de herramientas esenciales de producción audiovisual. Este fenómeno se ha dado por muchos motivos, uno de ellos es la inversión económica que conlleva un club como este, pero la cantidad de inversión es desvanecida por el hecho de saber todos los beneficios que trae un club como este tanto para estudiantes como para la universidad

Al aplicar los instrumentos esta investigación se vuelve más interesante porque permite conocer a profundidad cuales son las debilidades y necesidades que los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo tienen. Los encuestados afirman que el pensum académico de la carrera necesita serias modificaciones, adicionalmente, los datos revelaron el interés que hay en los estudiantes de conocer y profundizarse mas en el mundo de la producción de contenidos audiovisuales. Además, un 70% de los encuestados destacó que lo interesante de este proyecto es que sea implementado en un corto plazo.

II. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está enfocado en una propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019. La comunicación audiovisual es fundamental para el comunicólogo en esta época, las formas de comunicación han experimentado una transformación y el comunicador se ha visto en la necesidad de transformarse junto a ella, es por esto el énfasis en impulsar proyectos que aporten a que los estudiantes estén cada día más capacitados para ejercer la comunicación desde cualquier punto social.

La idea de impulsar esta investigación es por la notoria razón de que el mercado laboral está impulsando estrategias de comunicaciones audiovisuales y algunas universidades se han quedado enseñando algunas teorías de comunicación algo obsoletas para el contexto en el que vive el comunicólogo. Con el propósito de innovar y despertar en los estudiantes de toda la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-MANAGUA una visión más amplia sobre lo que es la comunicación audiovisual utilizando estratégicamente un espacio de enseñanza teórico-práctico bajo un ambiente de aprendizaje fuera de lo metódico.

Cabe destacar que el tener conocimientos sobre producción de contenidos audiovisuales convierte al comunicador en un comunicólogo multifacético y esto en el mercado laboral tiene un gran valor ya que tanto en los medios de comunicaciones, empresas y ONG se mueven sobre la producción de contenidos audiovisuales. Actualmente un comunicador que no tiene dominio de las técnicas como edición, manejo de cámaras, los encuadres, entre otros, cae en la posibilidad de no tener un puesto prometedor, mientras que aquellos que dominan la producción de contenidos audiovisuales tienen hasta la capacidad de emprender y buscar su propio camino convirtiéndose en Youtuber o poner algún negocio que subyacen de la comunicación audiovisual. Por estas razones y otras más, es que surge esta investigación para aportar un grano de arena para que los comunicadores que egresan de la UNAN-MANAGUA sean expertos en comunicaciones audiovisuales y nada mejor que lograrlo a través de este club de comunicación audiovisual y cinematografía.

III. ANTECEDENTES

A. Internacional:

En los antecedentes internacionales se encontró la tesis “La enseñanza de la comunicación audiovisual en la Universidad Peruana. Análisis de la concordancia de las mallas curriculares en el perfil de egreso” –Santiago Carpio Valdez, 2016. En este trabajo de investigación se ha descrito en un primer momento las características del espacio Audiovisual en Perú, haciendo un breve recuento de la televisión, la radio, el cine y los nuevos medios como internet. Ello ha permitido reconocer a los medios en constante evolución y convergencia, se ha resaltado los hitos que marcaron los giros importantes en el acontecer internacional y en donde los comunicadores tuvieron presencia significativa. También se ha mostrado que su capacidad de absorción de la masa laboral en comunicación audiovisual es limitada. En ese sentido, hemos tenido la oportunidad de crear una metodología para acercarnos a una comparación de mallas académicas. En su condición de perfectible, esta metodología de análisis abre espacios para nuevas investigaciones metodológicas.

El trabajo mencionado sustentará este trabajo gracias a los temas que desarrolla como la importancia de la comunicación audiovisual en el espacio actual, la importancia que tiene la comunicación audiovisual para los comunicadores de este siglo, de igual forma, sustentará este trabajo en el área de las estrategias metodológicas que se abordarán en el club de comunicación audiovisual y cinematográfica.

B. Regional

En los antecedentes regionales encontramos el “Manual de cine clubismo” elaborado por los chilenos Luis Horta (coordinador), Pablo Inostroza, Camila Pruzzo, Guillermo Jarpa, 2013. En el trabajo se definen las diversas formas en las que el cine trabajo como un agente de comunicación y aborda todas las técnicas y cualidades que definen al cine como tal. En este sentido este trabajo es sustentable para abordar todos los temas relacionados a la comunicación cinematográfica y la influencia en los comunicadores. La utilización del cine como una herramienta de comunicación es útil para los comunicadores porque a través de él pueden tocar la sensibilidad de los públicos.

IV. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de este proyecto surge mediante la necesidad que tienen los estudiantes de COMDES en la UNAN-MANAGUA al no contar con un espacio donde se les permita desarrollar todos aquellos conocimientos que han adquirido durante años de carrera, la teoría junto a la práctica es la mejor forma de aprender y enfrentarse en un futuro cercano al competitivo y complejo mercado laboral.

Es importante conocer y manejar herramientas que permitan a los estudiantes crear contenido de comunicación audiovisual y cinematográfica. Manejar estas herramientas permitirá el desarrollo profesional e integral de los estudiantes. El mundo actual ha experimentado una revolución concerniente a las redes sociales y es imposible enfrentarse a ese nuevo mundo sin tener conocimientos previos que les permitan desarrollarse con plena confianza.

Se infiere que este proyecto será de mucha importancia no solo para los estudiantes quienes serán beneficiados de manera directa, sino a la UNAN-MANAGUA como institución, ya que ninguna otra universidad cuenta con un espacio como este, por otro lado, este proyecto podría ayudar a realizar productos audiovisuales que requiera la misma.

El presente proyecto pertenece a la línea de investigación “Producción audiovisual” de la UNAN-MANAGUA, recopiladas por la Dirección de Investigación de Postgrado y Grado. Esta línea de investigación está estrechamente relacionada con los objetivos que persigue este proyecto en el cual se profundizan los temas de producción audiovisual y cinematográfica, técnicas de comunicación audiovisual y fotografía. De igual forma, persigue destacar la utilidad e importancia de la comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de COMDES en la UNAN-MANAGUA.

V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para iniciar el planteamiento del problema es de vital importancia conocer el siguiente concepto; La comunicación audiovisual se define como la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio. (HURÍ, 2019).

Por otro lado, La cinematografía, también llamada cine, es la técnica y el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento, a menudo provistas de un soporte auditivo. Este proceso se lleva a cabo normalmente con una cámara de video (o algún soporte semejante, como los celulares inteligentes) y se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente (Rufino, 2019).

Se considera que la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía, vendría a consolidar todos los conocimientos teóricos previamente adquiridos. Durante los primeros años de la carrera, muchas veces los estudiantes se ven limitados por no contar con un espacio que les brinde las condiciones necesarias para la producción de contenido, en este sentido, se habla de un espacio fijo donde los estudiantes puedan asistir con libertad para desarrollar sus habilidades.

Al mismo tiempo, a reforzar algunos conocimientos de producción audiovisual que no se ha asimilado en su totalidad, también ayudaría al desarrollo de la creatividad y el aprovechamiento del trabajo en equipo y desarrollar todas esas habilidades prácticas tan importantes y necesarias para la inserción y competencia al campo laboral de los futuros profesionales de la comunicación.

Al analizar las asignaturas correspondientes al plan de estudio de la carrera de comunicación para el desarrollo, se considera pertinente la creación de este proyecto de producción audiovisual y cinematográfica, dicho proyecto aportará a la consolidación del plan de estudio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo en la UNAN-MANAGUA. Cabe destacar que el mundo en los medios de comunicaciones gira a través de la comunicación audiovisual, en este sentido, los estudiantes deberían de estar preparados para asumir con responsabilidad y excelencia todo lo relacionado a la producción audiovisual.

Pregunta problema

¿Cuál sería el aporte académico, profesional y curricular que brindará la creación del club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN MANAGUA?

Preguntas de Sistematización

¿Cuál es la relevancia académica que tiene la producción de contenidos audiovisuales y la importancia del aprendizaje de estas herramientas en los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA correspondiente al primer semestre 2019?

¿Cuáles son los requerimientos necesarios para la creación del proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica para la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA correspondiente al primer semestre 2019?

¿Cuáles serían las actividades metodológicas que se implementarían en el proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica, para el desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA correspondiente al primer semestre 2019?

VI. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo general

- ✓ Desarrollar propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.

Objetivos específicos

- ✓ Explicar la relevancia académica que tiene la creación y producción de contenidos audiovisuales para la formación integral de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.
- ✓ Detallar los requerimientos necesarios para la creación del proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica para la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.
- ✓ Formular las actividades metodológicas que se realizarán en el proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica para el desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.

VII. ASPECTO TEÓRICO SEGÚN EL ALCANCE O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Propuesta

La palabra propuesta tiene muchos usos, entre los más comunes están; proposición e invitación que una persona formaliza hacia otra para llevar a cabo una intención prediseñada para compartir alguna actividad en común (Ucha, 2012). Las propuestas siempre que se dirijan hacia negocios o propuestas laborales deben formalizarse a través de documentos serios que concreten las cláusulas específicas de dicha proposición, esto, para que en un futuro inmediato no se pierdan de vista los objetivos de la propuesta.

En un sentido amplio, la palabra propuesta es la manifestación de una idea o plan específico dirigido hacia una persona determinada que tiene capacidades y autoridad para tomar decisiones en una institución u organización.

➤ Tipos de propuestas

Actualmente existen muchos tipos de propuestas y estas van desde propuestas sentimentales a propuestas empresariales, sin embargo, solo se abordarán dos tipos de propuestas por la naturaleza de este trabajo

1.1 Propuestas empresariales

Para (Nuño, 2017, parr. 3) las propuestas empresariales están compuestas por las siguientes categorías;

✓ Propuestas de Trabajo

Es un documento redactado por parte de una persona que, o bien está en búsqueda activa de empleo, o bien detecta que en la propia empresa donde trabaja, es precisa la creación de un nuevo puesto de trabajo, (...). El candidato presentará esta propuesta de trabajo al empleador, para que éste la evalúe, considere y, en el mejor de los casos, acepte.

✓ Propuesta comercial

La propuesta comercial es un documento en el que una persona (ya sea física o jurídica) propone a otra (también física o jurídica), algún plan u oferta de los productos y servicios que tiene a la venta. Dicha propuesta comercial se centra en presentar los puntos que el vendedor considera más importantes de cara al cliente, que es quién finalmente los valorará y, en base a ellos, tomará la decisión de aceptar la propuesta y comprar el producto o, de lo contrario, aceptar el de otra empresa competidora.

✓ Propuesta de valor

La propuesta de valor supone el elemento que va a marcar la diferencia entre tu empresa y el resto de los competidores del mercado, (...). Una propuesta de valor debe diseñarse en función del mercado al que vayamos a dirigirnos, así como en función del producto o servicio que ofrezcamos. Nuestra principal misión será la de satisfacer plenamente a nuestros clientes. Para ello, deberemos dotar de valor a nuestra oferta a través de determinados valores: 1) Cuantitativos: el precio del producto, la calidad, reducción de costes, rapidez del servicio, etc. 2) Cualitativos: novedad, diseño, personalización, comodidad, experiencia de usuario, etc.

1.2 Propuestas de investigación

La propuesta de investigación es, usualmente, un documento metodológico a menudo académico en el cual se explican los pasos a seguir para elaborar una investigación científica y está destinado a recabar información, formular hipótesis sobre un determinado fenómeno social o científico (Pérez & Gardey, 2008). Para presentar una propuesta de investigación aceptable deben de seguirse los pasos que caracterizan a las investigaciones científicas, de lo contrario, la propuesta será denegada o rechazada por no cumplir con los reglamentos y normativas que estipulan las investigaciones.

1.3 Propuesta de proyectos

Se define como las ideas y planes de una persona que van normalmente dirigidas hacia un agente de alta influencia, para que éste pueda revisarlo, estudiarlo, evaluar riesgos y resultados. Una vez que la propuesta pasa por esos filtros, el agente tiene la autoridad para imponer la implementación de dicho proyecto. (Raffino, 2018) afirma:

El proyecto es una planificación en la cual se desarrolla un conjunto de actividades que están coordinadas e interrelacionadas. El motivo de un proyecto es conseguir metas determinadas dentro de los límites impuestos por un presupuesto y por calidades que se han establecido anteriormente, dentro de un lapso definido con anterioridad (parr. 1).

1.4 Partes del proyecto

La elaboración de un proyecto es una acción muy compleja y debe cumplir con requisitos estructurales para lograr un lanzamiento exitoso, cabe destacar, que la propuesta de un proyecto surge de la necesidad vigente que hay en una institución u organización, (Raffino, 2018, parr. 6) expone la estructura que debe cumplir un proyecto a nivel profesional.

1. Nombre

Este debe ser breve, innovador y concreto. Debe exponer la idea de una forma atractiva y clara para que todo el mundo la entienda.

2. Presentación

En esta parte se desarrolla la misión, el tipo de proyecto, las actuaciones habituales, entre otras cosas.

3. Marco de referencia y justificación

La justificación son los motivos por los cuales el proyecto es necesario, mientras que en el marco de referencia se expone el proyecto de manera interna y externa para darle un formato individual y global.

4. Descripción general

Se expone la idea general del proyecto de manera breve. Se pueden destacar los puntos fuertes y la idea principal o innovación que se propone en el proyecto.

5. Objetivos

Se establecen los objetivos generales y los objetivos específicos del proyecto. Deben ser redactados de una manera sencilla y clara, especificando una acción única por objetivo indicando los retos que se caractericen por ser evaluables y cuantificables.

6. Presupuesto

Se detallan los ingresos y los gastos, las fuentes de financiación. Esta parte es sumamente importante y se le debe dedicar precisión y tiempo.

Gastos: seguridad social, sueldos, materiales, profesionales externos, seguros, actividades, difusión y publicidad, viajes y desplazamientos, entre otros.

Ingresos: se especifican los ingresos que provienen del proyecto tales como el pago de los usuarios y la venta de los productos, el importe aportado por los miembros que realizan el proyecto y el importe que se solicita o subvención.

7. Beneficiarios

Estos son las personas quienes se dirige el proyecto. Se especifica el perfil con los datos de la edad, el género, entidades beneficiarias o tipos de personas, problemas en específico y el número de los destinatarios.

8. Localización

Esta es la cobertura geográfica con la que se evita trabajar en proyectos que sean demasiado utópicos o abstractos.

9. Plan de trabajo y actividades

Se describen las actividades que se realizarán para llevar a cabo los objetivos, la metodología y las fases del proyecto.

10. Cronograma o calendario del plan de trabajo

Se especifican las fechas de inicio y final y se señala el tiempo en el que cada actividad será desarrollada.

11. Recursos y equipos

Se especifican los recursos humanos que se tienen a mano para realizar el proyecto, los que se necesitan y la manera en la cual se pueden obtener los que no están. Estos materiales pueden ser de equipamiento o técnicos.

12. Evaluación

Se expone la manera en la cual se desarrollará la evaluación y el seguimiento de los resultados, los objetos que se evaluarán y los indicadores que se utilizarán para hacerlo. Se mide la eficacia con el número de personas, número de acciones formativas e inscripciones en actividades. Se calcula la calidad realizando encuestas de satisfacción y se indica la periodicidad del seguimiento que se establece.

13. Anexos

Son todo el material extra que puede servir de ayuda y soporte al proyecto.

2. Club

El término “club” definiéndolo profundamente es un lugar geográfico donde se reúnen personas con intereses comunes para llevar a cabo actividades ya establecidas por los mismos. (Hernández, 2004) afirma;

Club es una palabra de voz inglesa que designa una asociación voluntaria orientada a unos fines comunes, en la cual los miembros están organizados en torno a ciertos objetivos comunes y específicos de carácter: político, deportivo, recreativo, etc. Por extensión también se aplica al lugar estable en que se reúnen para realizar las acciones particulares. En el club se reúnen personas de manera voluntaria y regularmente, para participar en actividades elegidas por ellas mismas, unidas por vínculos sociales o de intereses similares. Los clubes satisfacen la necesidad de asociación y compañerismo del individuo y resuelven la necesidad de acción colectiva esencial al grupo (p.1).

En este sentido se define que el club de comunicación audiovisual y cinematográfica estará abierto para aquellos estudiantes que consideren a dicho proyecto como una herramienta donde puedan desarrollar sus habilidades al máximo e incidir profesionalmente en el mundo laboral.

2.1 Tipos de club

De acuerdo con (Martínez, 2017, parr. 9) afirma que los seres humanos tienen la necesidad de interactuar entre sí. Es por eso que conceptualiza los diferentes clubs más frecuentes en el mundo de la siguiente manera.

a. Fraternidades y hermandades

Fraternidades y hermandades son los clubs, por lo general consisten exclusivamente en uno de los sexos en la que hombres y mujeres ofrecen amistad y el apoyo mutuo. La mayoría de los miembros de estos clubs se reúnen en un colegio, donde las actividades de las fraternidades y hermandades de mujeres es mayor. Muchos miembros se mantendrán durante toda su vida, tanto activa como pasiva, y continuar a socializar con sus hermanos mucho después de la universidad.

b. Local étnico

Clubs étnicos locales se componen en torno a una cultura u origen étnico común. Clubs sociales étnicas constituyen un foro para preservar ciertas tradiciones culturales y la conexión con los compañeros que comparten su herencia. Clubs étnicos se encuentran a menudo en zonas actual o históricamente asociados a un grupo étnico en particular.

c. Clubs regionales

Algunos clubs sociales se forman alrededor de una región geográfica en particular. El club puede estar situado dentro de la región, por ejemplo, el barrio de Canarsie, en Brooklyn puede tener uno o más círculos sociales para los locales, o para el trasplante de otra región, por ejemplo, un centro en San Francisco transferido a Bostoners.

d. Clubs sobre la base de un interés común

Tal vez el tipo más común de club social se organiza en torno a una cierta comunidad de intereses. Este interés puede ser académico, artístico, romántico, cultural o política. A menudo, el grupo mantendrá conversaciones o manifestaciones relacionadas con intereses.

e. Clubs sobre la base de una actividad común

Las actividades del club son los clubes sociales donde los miembros se reúnen para llevar a cabo una determinada actividad como grupo. Ejemplos de actividades comunes son los clubes que participan en diferentes tipos de deportes, comer, el consumo cultural y la artesanía.

f. La carrera del club

Hay una serie de clubes que permiten a las personas que participan en una carrera en particular para socializar y establecer contactos con colegas. Muchos se organizan en torno a una industria o profesión particular y puede dar cabida a eventos relacionados con sus campos. Un ejemplo sería el Club Nacional de Prensa en Washington, DC, que es un club social para los periodistas y medios de comunicación.

g. Clubs religioso o espiritual

Muchos clubes sociales se organizan en torno a una creencia espiritual común o práctica religiosa. Estos clubes permiten a las personas de una fe en particular para encontrar la compañía de personas que comparten su devoción. A menudo, los miembros de estos clubes se reunirán para participar en la oración y otros ritos religiosos.

Los integrantes de un club tienen objetivos e intereses extremadamente relacionados, en este caso, los intereses deben ser significativos para cada individuo. Esta es la diferencia entre un club y un grupo de personas que están en un lugar sin compartir intereses en común.

Tomando en cuenta las definiciones anteriores de los diferentes clubs que existen se argumenta que el “**Club sobre la base de interés común**” es el que se acerca más a esta investigación pues los participantes lograrán compartir y estar enfocados en mismo propósito que es aprender sobre la comunicación y producción de contenidos audiovisuales.

2.2 Función y estructura

Todo órgano de enseñanza está regido por reglamentos que ayudan a mantener un orden para que todo marche con normalidad y excelencia. Todo individuo debe regirse bajo los términos y condiciones que el órgano o institución de enseñanza establezca si quiere formar parte de dicho grupo. (Hernández, 2004) define cuatro normativas estructurales de un club;

El club como cualquier entidad que congregate grupos sociales tiene sus propias reglas o condiciones:

- ❖ Fija las condiciones de admisión
- ❖ Establece el monto de la aportación o cuotas de los socios
- ❖ Señala su propio programa de acción
- ❖ Contempla objetivos muy específicos

Los clubs brindan oportunidades de divertirse, al mismo tiempo que ayudan a sus miembros a expresar su opinión, a ampliar su educación y a adquirir nuevos conocimientos. Impulsan la expresión creadora y la realización de aptitudes reservadas. En una sociedad democrática es necesario proporcionar estas experiencias para todos los grupos, por medio de los cuales los individuos aprenden a respetar los derechos de los demás, a comprender las diferencias existentes entre las personas, a enterarse de los problemas ajenos y a asumir un cierto grado de responsabilidad en la solución de estos. (pág.2)

La integración de cualquier individuo en los grupos sociales o mejor expresado, clubs sociales, es una acción inherente. El ser humano como ser social necesita interactuar con otros y esta es la forma en la que el aprendizaje del ser humano como tal es llevado a su máxima expresión.

2.3 Club de producción audiovisual

Un club de producción audiovisual tomando en cuenta las definiciones anteriores, es un lugar geográfico donde los participantes activos de dicho lugar trabajan, elaboran o aprenden a realizar producciones audiovisuales, tomando en cuenta todas las técnicas que esto conlleva. La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión (Díaz, 2019), las producciones audiovisuales engloban hasta aspectos financieros recursos técnicos y logísticos.

2.4 Club de cinematografía o CINECLUB

Barreneche (como se citó en Borre, 2005) expresa que cineclub es una organización que agrupa a los buenos aficionados del cine, dotada de una sala donde se proyectan filmes clásicos, que no suelen proyectarse en las salas comerciales.

El cine es una herramienta de aprendizaje y enseñanza; un club cinematográfico es un espacio donde se puede experimentar un ambiente de profundos conocimientos sobre las culturas, costumbre, formas de vivir o formas de sentir de otras personas, además, hablando desde los aspectos técnicos; es cine es capaz de enseñaros las diferentes estrategias de comunicación audiovisual (Borre, 2005), por ejemplo, los participantes del cineclub podrían empaparse de las técnicas de rodaje, producción, edición etc. En un caso especial, podrían aprender actuación y especializarse en esa área gracias a las condiciones y oportunidades que ofrece el club cinematográfico.

3. Comunicación audiovisual

El mundo de la comunicación ha evolucionado significativamente, dando lugar a nuevos escenarios para los comunicadores, nuevas formas de comunicación y expresión, gracias a esta evolución de la comunicación, los comunicadores han experimentado una expansión en el campo de estudio y una incrementación en las posibilidades de inmersión en el campo laboral. Según la Real Academia Española (RAE, 2010) “La comunicación audiovisual es un servicio cuya responsabilidad editorial corresponde a un determinado prestador y cuya principal finalidad es proporcionar programas, con objeto de informar, entretener o educar al público en general, a través de redes de comunicaciones electrónicas, así como emitir

comunicaciones comerciales” (parr. 1). La comunicación audiovisual definida como la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros.

Hacer comunicación audiovisual, requiere dominar la técnica de la imagen. Una imagen tiene la capacidad de mostrarnos una realidad tangible y doblegarnos hasta el punto de involucrar directamente los sentimientos más profundos de una persona. El sentido de hacer comunicación audiovisual es poder llegar a los sentimientos más profundos de los públicos para lograr objetivos concretos. MX (2015) afirma: “(...). La imagen y el sonido están asociados a una tecnología que, a su vez, tiene una proyección comercial. Así, a través de una serie dispositivos de audio o de imagen es posible crear una comunicación” (parr. 2). La comunicación audiovisual hoy se ha convertido en un campo de oportunidades de desarrollo, tanto para emprender, como para oportunidades laborales, cabe destacar que los medios de comunicación subsisten gracias a la publicidad, y la publicidad no es más que el lanzamiento de comunicación audiovisual con fines de persuadir a los públicos a conveniencia. Es por esta razón que los comunicadores deberían de estar plenamente capacitados para desarrollar con profesionalismo la comunicación audiovisual, con todos los estudios y estrategias que ésta conlleva.

4. Cinematografía

Hay una diferencia reducida entre la cinematografía y el cine, en sí, son términos derivados cuyos objetivos de orígenes comparten ciertas similitudes.

La cinematografía, también llamada cine, es la técnica y el arte de capturar, almacenar y retransmitir imágenes en movimiento, a menudo provistas de un soporte auditivo. Este proceso se lleva a cabo normalmente con una cámara de video (o algún soporte semejante, como los celulares inteligentes) y se encuentra muy relacionado con la fotografía, tanto técnica como creativamente. La cinematografía y sus derivados (como la televisión) juegan un rol fundamental en el mundo contemporáneo y la idea de comunicación que manejamos, según la cual todo es filmado y reproducido por otros a leguas de distancia o incluso años después. Esto último responde a una idea muy central en el imaginario de la humanidad, que es la de vencer al paso del tiempo: gracias a la cinematografía es hoy posible volver a ver en video a personas fallecidas o eventos ocurridos del otro lado del mundo. (Raffino, 2019, parr. 2)

El hecho de volver a visualizar lugares, personas o momentos que ya no existen es una de las características que definen a la cinematografía y al cine. Estas razones son las que hacen tan especial y cotizada por los públicos. La sensación y la capacidad de remover sentimientos profundos es lo que llama la atención y ha logrado hoy en día que las producciones cinematográficas sean un ingreso multimillonario.

VIII. DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

El enfoque de esta investigación es de tipo cuantitativo llevada a cabo por medio de encuestas para recolectar información y opiniones de los estudiantes de dicha carrera. Además de esto, estará apoyado en entrevistas de tipo cualitativo, ya que se necesita información más explicativa de parte de los expertos en el área.

Tipo de investigación

El tipo de estudio de dicha investigación es de carácter descriptivo, la cual permitió describir de modo sistemático las características de la población estudiada, sin influir o manipular cada una de sus variables. Esto con el objetivo de valorar la importancia de la propuesta de investigación, que consiste en la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía.

Según (Hernandez, Fernadez, & Baptista, 2014) la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas

Como parte de la metodología aplicada, para el presente trabajo se utilizó el tipo de investigación no experimental de carácter descriptivo de forma de secuencia trasversal, ya que se conoce el tiempo y espacio de estudio; a su vez de modo retrospectivo tomando en cuenta el tiempo de aplicación del mismo.

Diseño de investigación

El presente trabajo es de campo, ya que se recogieron los datos a través del contacto directo con los sujetos involucrados en este caso los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua, además fue consultado un experto en producción audiovisual y cinematografía. Los resultados obtenidos no son manipulados porque la información va relacionada a condiciones existentes, de allí su carácter no experimental.

Objeto de estudio

Para llevar a cabo dicha investigación, que consiste en proponer la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía, se pretende beneficiar a los estudiantes diseñando este espacio el cual les va permitir desarrollar y llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en las aulas de clases. El proyecto pretende incluir a todos los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que quieran ser parte.

Universo

Está constituido por los Estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua). La carrera consta de 382 estudiantes.

Muestra

El tipo de muestra en la presente investigación es tipo no probabilístico por conveniencia por motivo que las personas e informantes claves fueran accesibles y que estuvieran disponibles en el periodo que se realizó este trabajo. También cabe mencionar es que, de tipo aleatorio simple, tomando como muestra de cada sección diez estudiantes de la población en estudio. Esto con el fin de agilizar la aplicación de las mismas.

Técnicas para la recolección de la información

Para ambos métodos se diseñaron los instrumentos respectivos, se aplicaron encuestas a los estudiantes Comunicación para el Desarrollo de UNAN-Managua, en ambos turnos, con la intención de recopilar datos sobre como ellos valoran la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía.

Por otra parte, se realizó una entrevista a un experto en comunicación audiovisual, compuesta por un cuestionario de preguntas abiertas que nos proporcionaron información que contribuyeron a complementar la información necesaria.

Técnica de análisis de datos

Para el proceso de análisis de nuestra investigación se utilizó el método de triangulación para contrastar las visiones a partir de los datos recolectados en las encuestas, entrevistas y haciendo uso del marco teórico.

Triangulación

La triangulación es una técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados. Por medio de esta se mezclan los métodos empleados para estudiar el fenómeno, bien sea aquellos de orientación cuantitativa o cualitativa. Su propósito o finalidad es la contraposición de varios datos y métodos que están centrados en un mismo problema, así se pueden establecer comparaciones, tomar las impresiones de diversos grupos, en distintos contextos y temporalidades, evaluando así el problema con amplitud, diversidad, imparcialidad y objetividad.

Al respecto, Vallejo y Finol de Franco (2009) en su artículo de investigación titulado: La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones Educativas destacan lo siguiente:

La triangulación en la investigación social presenta muchas ventajas porque el utilizar diferentes métodos, éstos actúan como filtros a través de los cuales se capta la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recoger los datos del evento con métodos diferentes: si los métodos difieren el uno del otro, de esta manera proporcionarán al investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana (s.p).

Por su parte, Leal (2011) en el libro titulado La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación, se refiere a este tipo de triangulación de este modo: la denomina de métodos y técnicas y expone que tiene que ver con el uso múltiple de métodos para estudiar un problema específico. “Por ejemplo cuando se emplea la técnica de la entrevista como proceso inicial de recolección de información para luego ser contrastado con la observación participante, la discusión grupal o los datos recolectados a través de encuesta” (pág.117).

MATRIZ DE VARIABLES DE OPERACIONALIZACIÓN

Objetivo General: Desarrollar propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica

| VARIABLE | CONCEPTUALIZACIÓN | DIMENSIÓN | INDICADORES | INSTRUMENTO |
|---|---|---|--|--|
| <p>Explicar la relevancia que tiene la creación y producción de contenidos audiovisuales, para la formación integral de los estudiantes.</p> | <p>Producción audiovisual Es por definición, la producción de contenidos exclusivamente para medios que se dedican a la comunicación audiovisual; pero, especialmente está destinada para el cine y televisión quienes son los consumidores y transmisores principales de producciones audiovisuales. (Gutiérrez, 2019, p. 41)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevancia académica. ▪ Importancia de la preparación integral del comunicador. ▪ El futuro de la comunicación audiovisual. | <p>Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo. Que son el objeto de estudio.</p> | <p>Encuesta con el fin de recopilar la información necesaria, que tengan los estudiantes sobre la relevancia que puedan tener la producción de contenido audiovisual a nivel académico.</p> |
| <p>Detallar los requerimientos necesarios para la creación del proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica.</p> | <p>El proyecto es una planificación en la cual se desarrolla un conjunto de actividades que están coordinadas e interrelacionadas. El motivo de un proyecto es conseguir metas determinadas dentro de los límites impuestos por un presupuesto y por calidades que se han establecido anteriormente, dentro de un lapso definido con anterioridad. (parr. 1)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto de los equipos, y espacio que se utilizara. ▪ Viabilidad del proyecto. | <p>Experto en producción audiovisual, que nos pueda explicar lo que necesita el proyecto.</p> | <p>Entrevista para poder conocer más a fondo acerca de los requerimientos para echar andar el proyecto.</p> |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| | Fuente: (Raffino, 2018, parr. 6) | | | |
| Formular las actividades metodológicas que se realizarán en el proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica. | Actividades metodológicas. Se refiere a las intervenciones pedagógicas realizadas con la intención de potenciar y mejorar los procesos espontáneos de aprendizaje y de enseñanza, como un medio para contribuir a un mejor desarrollo de la inteligencia, la afectividad, la conciencia y las competencias para actuar socialmente. (Gonzalez, 2007) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimientos de preproducción, producción, y postproducción. ▪ Manejo de equipos de producción. | Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo. Que son el objeto de estudio. | Encuesta se decide encuestar a los estudiantes para que proporcionen información, sobre cual quisieran que fueran las actividades metodológicas dentro del club. |

IX. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicados los instrumentos para recolectar toda la información que fue brindada por los estudiantes de toda la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-MANAGUA durante el primer semestre 2019 que corresponde al periodo de esta investigación se realizó el análisis e interpretación de los datos.

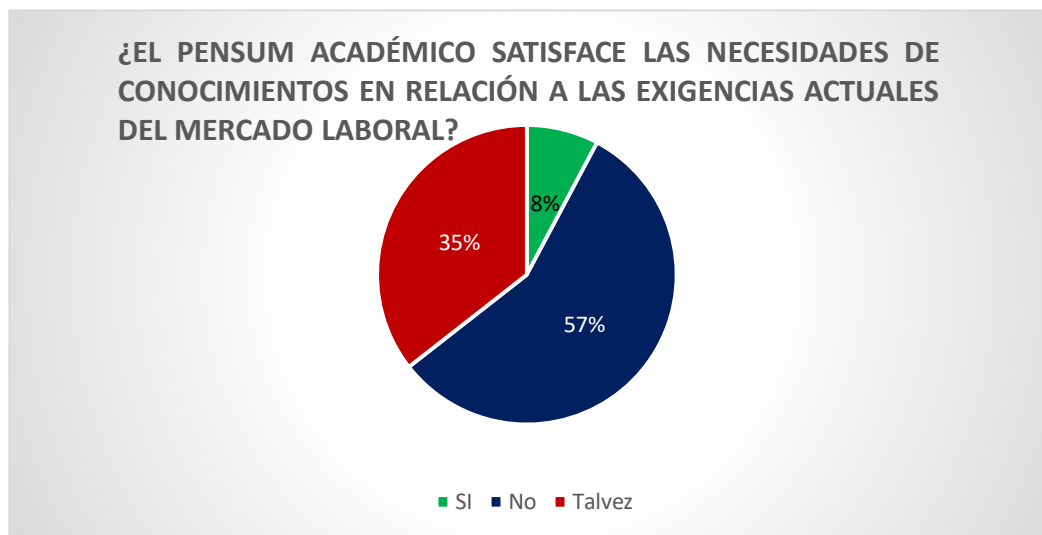


Gráfico No.6 Pensum Académico y Mercado Laboral

En la gráfica No. 6: Se muestra que el 57% expresó que no satisface los conocimientos sobre la comunicación audiovisual FRENTE A EL 35% que dijo que talvez y EL 8% expresó su simpatía con el pensum académico. En conclusión, estos resultados revelan que a nivel de comunicación audiovisual hay que implementar muchos cambios, para aportar a que los estudiantes estén mejor capacitados ante el mercado laboral. En palabras de Trejos, “(...) *la mayoría de las universidades no cuentan con los recursos necesarios para brindar las herramientas y conocimientos que un club como este ofrece para los estudiantes, esto representa una vulnerabilidad a nivel de conocimiento para ellos, quienes son los afectados directamente (...)*” (2019).

¿CONSIDERA QUE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ES IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS COMUNICADORES PARA EL DESARROLLO?

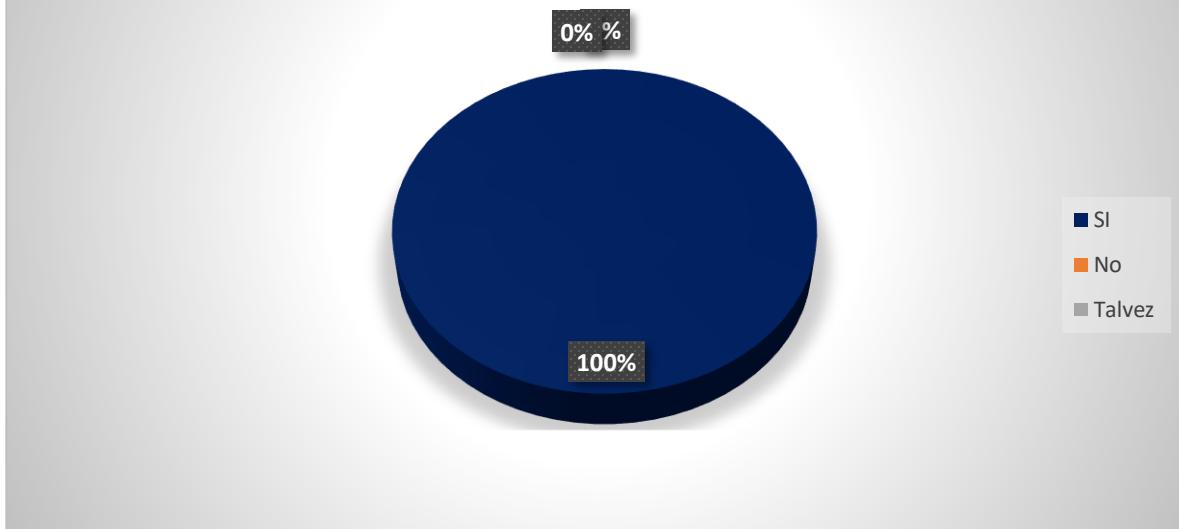


Gráfico No.7 Importancia de la comunicación audiovisual.

El 100% de los estudiantes ENCUESTADOS afirmaron rotundamente que la producción audiovisual es importante para el desarrollo profesional. Las demás opciones quedaron con un 0% lo que significa que la producción de contenidos audiovisuales es importante para el desarrollo íntegro y profesional de los comunicadores. En palabras de Trejos, “(...) Solo con el hecho de que los estudiantes ya vallan con ciertos conocimientos sobre producción de contenidos audiovisuales cambia las pocas posibilidades de contrato en grandes oportunidades, este aprendizaje los convierte en comunicadores con mayores habilidades y por ende multifacéticos, que un comunicador sea multifacético en el mercado laboral es de provecho” (2019).

¿POR QUÉ CONSIDERA IMPORTANTE LA CREACIÓN DE UN CLUB DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CINEMATOGRÁFICA PARA LOS ESTUDIANTES DE COMDES?

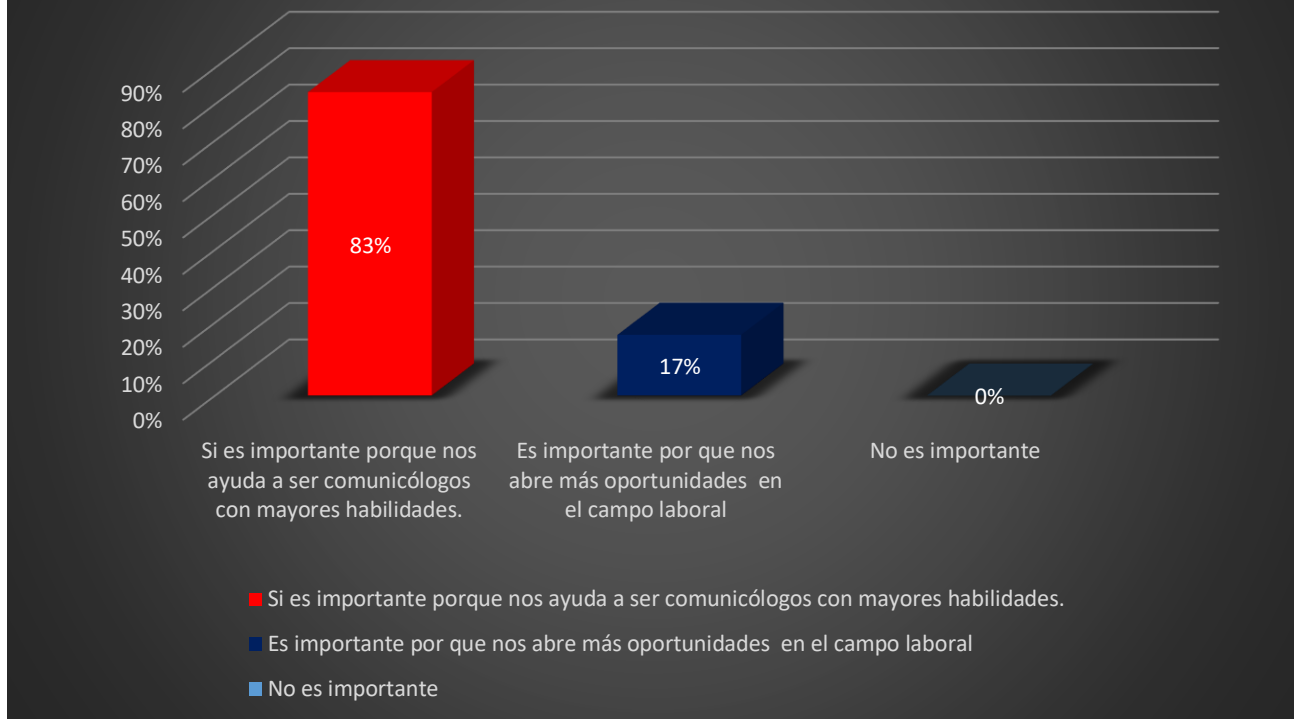


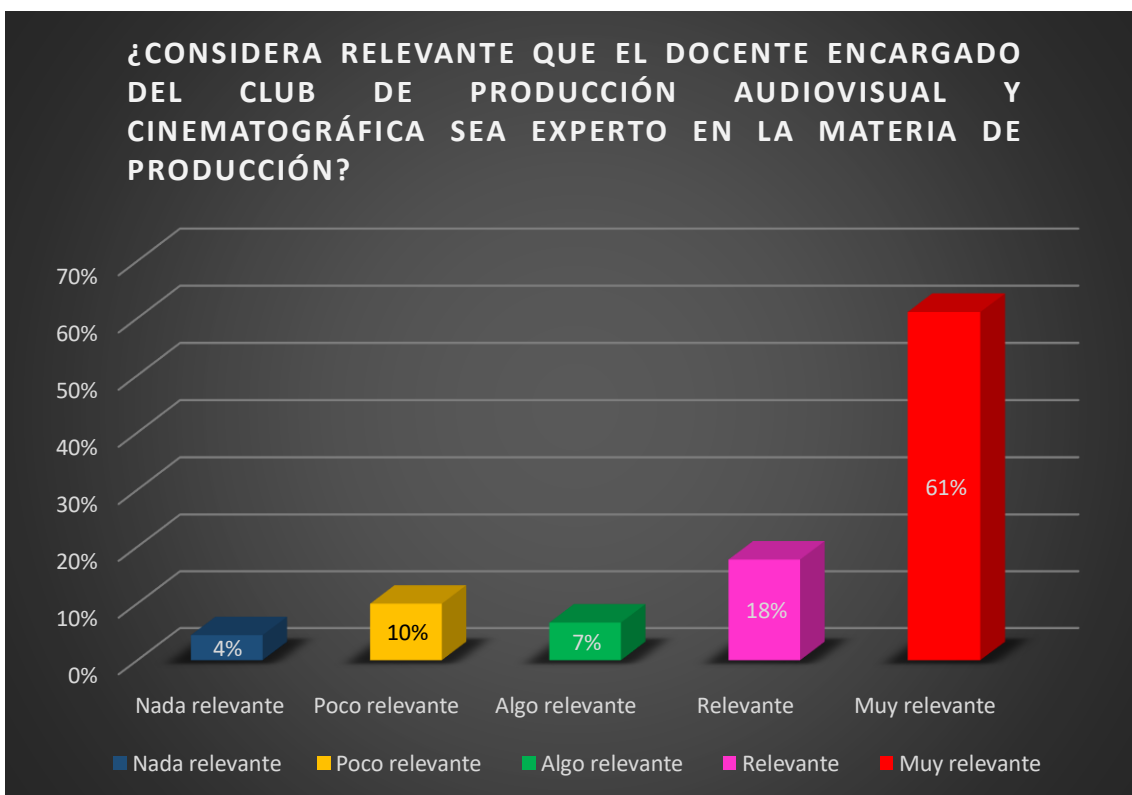
Gráfico No. 8 importancia del Club

El 83% expresó que es importante la creación del Club de Comunicación Audiovisual y Cinematográfica porque al pertenecer a dicho club los conocimientos que se adquirirán aportarán a que se forme en ellos un comunicador con mayores habilidades, un 17% afirmó que pertenecer a este club les daría la oportunidad de ser un comunicador con mayores oportunidades en el mundo laboral, a diferencia de un 0% que afirmaron que el club no es importante. En palabras de Trejos, *“Esta iniciativa la valoraría de dos formas 1. Positivo y 2. Necesario, porque a la hora de ir a una empresa, ONG o bien un medio de comunicación, los chavalos ya van a llevar conocimientos y un portafolio de productos, cuando les pregunten sobre lo que saben hacer ellos pueden afirmar que ya hicieron un corto metraje o una producción comercial etc. Eso les abrirá puertas laborales impresionantes, recordemos que la producción audiovisual es la punta de lanza en todas las empresas del mundo, pues todas subsisten de la publicidad”* (2019).



Gráfico No. 9 conocimientos que le interesan a los encuestados

Al expresarle a los encuestados sobre los conocimientos que les gustaría aprender en el club, el 56% dijo estar interesados en aprender a utilizar equipos de producción audiovisual, un 33% está interesado en manejar los programas de edición enfocados a la postproducción y un 11% les gustaría reforzar la realización de guiones y storyboard. Cabe destacar que las opciones que se presentan en la gráfica, dos de ellas son enseñadas de forma superficial en algunas asignaturas, pero la utilización de equipos de producción audiovisual no es enseñada a profundidad, pues la carrera no cuenta con equipos profesionales de producción audiovisual. En este caso los estudiantes tienen que aprenderlo en las prácticas profesionales. La intención de lanzar este club de comunicación audiovisual es que los estudiantes puedan tener todos los conocimientos y las herramientas al alcance de sus manos. De acuerdo con Trejos, “(...) *es necesario que a los estudiantes no se les ponga a grabar con teléfonos o Tablet porque a la hora de ir a una empresa o medio de comunicación se van a encontrar con herramientas audiovisuales totalmente desconocidas, hay que prepararlos en la edición con todos los programas necesarios Premier, After Effects, hay que prepararlos también con talleres de realización de guiones. Los requerimientos son más que todo técnicos para formar a los chavalos con más habilidades de producción audiovisual (2019).*



Gráfica No.13 Encargado del club/ Experto en producción audiovisual

Al preguntarle a los encuestados sobre la relevancia en que el encargado del club, preferiblemente, sea un experto en comunicación audiovisual, el 4% dijo que no es nada relevante, el 10% poco relevante, el 7% algo relevante, un 18% relevante y un 61% lo catalogó como muy relevante. Estos resultados son de mucha importancia ya que es necesario que no sea cualquier maestro el encargado del club, sino, uno que tenga pleno conocimiento o experiencia en el campo y manejo de la comunicación audiovisual y todo lo que esto implica. Trejos, *“El docente debe 1) Ser un especialista en producción de contenidos audiovisuales 2) Debe tener conocimientos bastos de edición. 3) debe ser inspirador, debe inspirar a los estudiantes a apasionarse más por la comunicación audiovisual”* (2019).

X. CONCLUSIONES

En conclusión, en el resultado obtenido del análisis de la presente investigación se pudo identificar que existe un significativo interés de parte de los estudiantes en mejorar sus conocimientos en producción audiovisual y cinematografía, a su vez estos resaltan la importancia de la creación de productos comunicacionales más complejos, los cuales reúnan y sintetizen diferentes tipos de comunicación, dado que los espacios para la divulgación de dichos contenidos cada vez se tornan más rápidos, accesible y completos como el caso de internet y redes sociales.

Actualmente, dentro del pensum académico existen asignaturas que se ven limitadas en su abordaje práctico al no contar con recursos necesarios, lo cual es una limitante para el educador siendo aún más afectado el estudiante, ya que los avances tecnológicos se dan día a día y es el medio es donde se emiten y reciben la mayor cantidad de mensajes en el mundo. Por esta razón que se decidió dar solución a dicha problemática con la siguiente propuesta de proyecto, con el fin de influir en el desarrollo profesional de futuros egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo; esto permitirá equipar a los estudiantes de todas las herramientas necesarias para su preparación integral.

Propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía para los estudiantes de comunicación para el desarrollo, de la UNAN- Managua.

El presente documento pretende explicar a rasgos generales este proyecto, el cual consiste en una propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, por medio de una convocatoria abierta todos los estudiantes interesados pueden aplicar, siempre y cuando cumplan con los requisitos correspondientes.

Se decidió utilizar el nombre de CINECOM debido a que sintetiza los dos principales ejes a abordar en este club, la Comunicación audiovisual y la cinematografía. Este espacio permitirá que los estudiantes puedan llevar a cabo sus prácticas por medio de la elaboración de productos audiovisuales desarrollando así habilidades y destrezas en las tres etapas de producción, además de entender más a fondo el arte que implica la cinematografía. Por otra parte, se pretende impartir talleres en los cuales se puedan consolidar y profundizar en conocimientos.

A como se aborda en el punto anterior el principal objetivo de proponer la creación de dicho club nace a raíz de la necesidad de los estudiantes de comunicación para el desarrollo de contar con un espacio de producción audiovisual, ya que con los avances constantes de las nuevas tecnologías el perfil curricular de los comunicadores se hace cada vez más exigente. Hoy en día los medios de comunicación no solo se limitan a trabajar por separado sino, que mezclan todos estos tipos de medios para crear productos audiovisuales más atractivos para las audiencias.

De llevarse a cabo dicho proyecto se convertiría en el primer club de comunicación audiovisual y cinematografía a nivel universitario en Nicaragua, la cual la convertiría en un referente nacional y regional de producción audiovisual. Además, se pretende generar alianzas con otros departamentos de la facultad de humanidades y ciencias jurídicas, con el objetivo de crear videos meramente de carácter educativo, esto como parte del compromiso del club con la institución.

JUSTIFICACIÓN

El principal objetivo de la creación del club de comunicación audiovisual y cinematografía para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua, es proponer un espacio físico donde los estudiantes puedan poner en práctica sus conocimientos adquiridos en las aulas de clases, esto con el fin de desarrollar los conocimientos teórico y práctico. Dicho espacio daría solución a carencias de herramientas que necesita conocer y ejecutar un comunicador; a pesar que el club está dirigida a estudiantes este aportaría a nivel institucional ya que se convertiría en un referente a nivel universitario y nacional de producción audiovisual en Nicaragua.

Retomando el tema el cual surgió por la necesidad de los estudiantes de comunicación para el desarrollo a partir de la identificación de las debilidades en el manejo y uso de equipos de producción, programas de edición, y todo aquello que conlleva la realización de producciones audiovisuales, a pesar de que sean realizado esfuerzo de incentivar el autoestudio en los estudiantes, y la utilización de recursos que se tengan a mano como: celulares, programas de edición gratuitos, sin embargo es válido mencionar que no se puede obtener un nivel de calidad profesional con este tipo de recursos.

Por medio de este proyecto los se espera que los estudiantes puedan mejorar estas deficiencias, mediante talleres para consolidar todas esas dificultades prácticas y teóricas que posean los estudiantes miembros de dicho proyecto. Todo esto con el fin de mejorar la preparación integral de los estudiantes de comunicación, y equiparlos con las herramientas que sirvan para ser un profesional competente en el mundo de hoy.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Visión

Ser un referente a nivel nacional en temas de producción audiovisual y cinematografía, aportando así al desarrollo cultural y social del país.

Misión

Fortalecer por medio de este espacio las debilidades de los estudiantes de comunicación para el desarrollo en temas de producción audiovisual y cinematográfica, con el fin de preparar a profesionales de forma integral.

Valores

Respeto, Aprendizaje y Solidaridad.

Objetivos colectivos

- Realizar producciones audiovisuales completamente elaborada por estudiantes.
- Promover por medio de este espacio la importancia de la comunicación audiovisual, debido al constante avance de las tecnologías.
- Crear convenios dentro de la misma institución para realizar videos educativos dirigido a estudiantes.
- Fortalecer mediante la práctica y la impartición de talleres las debilidades.

IMAGEN INSTITUCIONAL



Club de Comunicación Audiovisual y Cinematografía

Especificaciones técnicas

Se decidió usar como imagen gráfica una representación del tipo imagotipo, debido a la naturaleza del proyecto, ya que es indispensable colocar en este caso un híbrido entre imagen y tipografía. El imagotipo se compone por dos partes principales, la parte superior derecha hace alusión al nombre del proyecto, que son las abreviaturas de cinematografía y comunicación, en lugar de la letra O se decidió usar un símbolo haciendo referencia a un rollo de película antigua sacándole el mayor provecho debido a la forma y el contenido. En la parte superior izquierda, tenemos una ilustración con una dilatación en el nivel de apertura del lente, el cual hace referencia cuando abrimos y cerramos para enfocar la cámara.

En la parte inferior tenemos, el nombre técnico del proyecto para la mejor comprensión del imagotipo se decidió colocar tomando en cuenta que aún no es una productora reconocida. Dentro de la paleta de color para el logo se decidió utilizar un color negro perteneciente al siguiente Pantone.

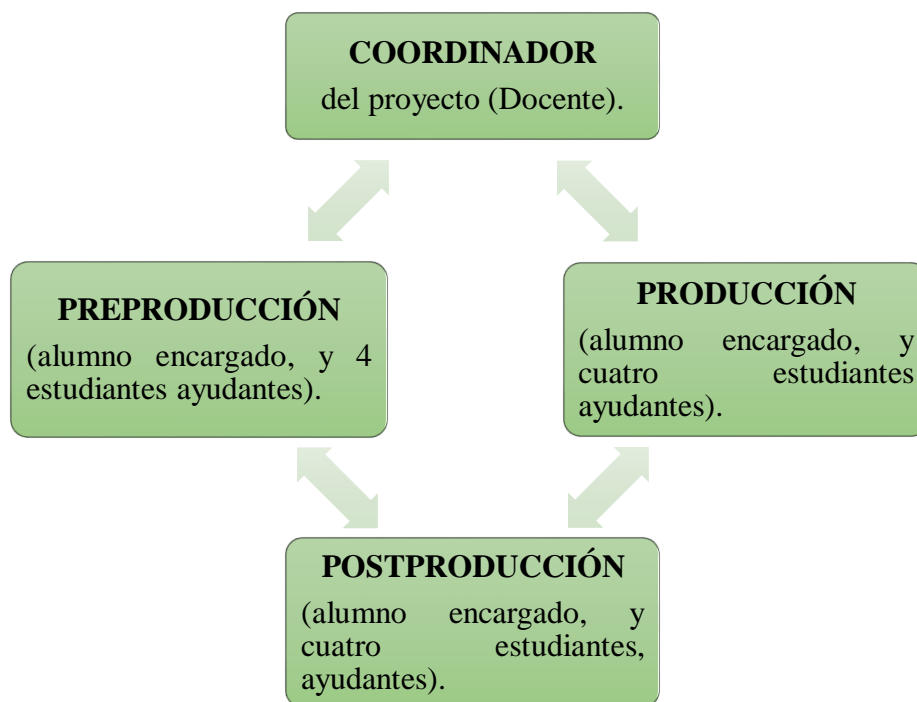
PANTONE PROCESS BLACK C



| | |
|-------|---------|
| C 0 | R 44 |
| M 0 | G 42 |
| Y 0 | B 41 |
| K 100 | #2C2A29 |

Luego de varias pruebas, y conversaciones se llegó a un consenso para no agregar colores al imagotipo debido a la naturaleza del proyecto, ya que muchas veces tienen que ser utilizados en diseños cargados el cual pasaría desapercibido. Para su utilización como marca de agua en video, se utilizará en versión PNG y en negativos.

Estructura organizacional del club de comunicación audiovisual y cinematografía (CINECOM).



El club de comunicación audiovisual y cinematografía se divide en tres áreas, preproducción, producción y postproducción. En cada área habrá un alumno encargado del grupo, cabe mencionar que el alumno encargado de área rendirá cuentas por el grupo al docente encargado del proyecto, por otra parte, dichas actividades se realizarán en el horario opuesto al que tenga el estudiante, es decir cambiarán en cada turno y trabajarán en proyectos distintos.

Beneficiarios

Con la creación de este espacio se pretende beneficiar a la comunidad universitaria, el cual sirva para la creación y producción de contenidos propios de los estudiantes de comunicación donde los mismo puedan aplicar sus conocimientos previamente adquiridos en las actas de clases. Por otra parte, este espacio pretende generar convenios con la administración general de la institución, con el objetivo de crear contenido audiovisual de la institución en general.

Localización

Debido a que actualmente el proyecto se encuentra en la fase de propuesta, se ha decidido dejar a elección de las autoridades correspondientes la elección del espacio que consideren adecuado asignar al club de comunicación, cabe mencionar que es necesario tomar en cuenta el presupuesto presentando tomando en cuenta las

Recursos y equipos

Actualmente se cuenta únicamente con recursos humanos, ya que esto vendrían siendo los estudiantes que deseen ser parte de este proyecto, así como el docente encargado de la coordinación del mismo. Los que equipos que se utilizarían formaran parte indispensable para la puesta en marcha de este espacio, en el presupuesto se detalla exactamente los equipos que se necesitan para este club.

PLAN DE ACTIVIDADES METODOLÓGICAS

| CINECOM | DESCRIPCIÓN | OBJETIVOS | DURACIÓN | ACTIVIDADES |
|--|---|--|---|--|
| Taller de introducción a la preproducción, producción y Postproducción. | En esta parte se abordará de forma general los conceptos básicos de las fases de la | Conocer las tres fases de la producción y sus principales conceptos. | Este taller tendrá una duración de 4 encuentros los días sábados, de 8 a 12 am. | <ul style="list-style-type: none">Brindar a los participantes un dossier con los conceptos teóricos, sobre las tres fases de producción. |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | producción para el conocimiento de los participantes. | | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impartir conferencias magistrales sobre dichos temas. ▪ Evaluación final de los conocimientos adquiridos. |
| Taller de creación de Guiones, técnicos, literarios y storyboard. | Este taller forma parte fundamental de la fase de preproducción, ya que este se define como se verá el producto final, debido a esto su realización es más práctico que teórico. | Realizar de forma efectivo guiones, para producciones audiovisuales. | Este taller tendrá una duración de 2 encuentros los días sábados, de 8 a 12 am | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar material didáctico para comprensión de la parte teórica. ▪ Conferencias magistrales sobre la realización de guiones. ▪ Dividir a los participantes en mesas de trabajo, para la puesta en práctica. ▪ Al final de curso se realizará la entre de 3 guiones, tomando en cuenta los conocimientos aprendidos. |
| Taller de manejo de cámaras Para la producción cinematográfica. | Como parte de la fase de producción, se impartirá este taller sobre el uso de cámaras para la producción cinematográfica. | Aprender el manejo del uso de cámaras para la producción cinematográfica. | Este taller tendrá una duración de 10 encuentros los días sábados, de 2 a 5 pm. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar material didáctico y equipos para el aprendizaje y comprensión de los mismos. ▪ Impartir las diferentes técnicas fotográficas en práctica de campo. ▪ Proporcionar las cámaras profesionales a los estudiantes para lograr una familiarización efectiva con las herramientas y funciones. |
| Taller de dirección cinematográfica | En este curso se aprenderán las técnicas básicas para narrar a través de una cámara. | Aprender las técnicas básicas de dirección cinematográfica. | Este taller tendrá una duración de 14 encuentros los días jueves y viernes de 2 a 5 pm. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impartir clase magistral con ejemplos audiovisuales sobre dirección cinematográfica. ▪ Facilitar dossier sobre conceptos generales. ▪ Al final de dicho curso se entregará un producto audiovisual con la aplicación de los conocimientos adquiridos. |
| Taller de fotografía | En este curso se ofrecerá los conocimientos | Conocer los conocimientos | Este taller tendrá una duración de 10 encuentros | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar material didáctico sobre las diferentes técnicas de fotografía. |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | necesarios para comprender a la fotografía en sus múltiples aspectos: técnicos, estéticos y conceptuales. Introduce al estudiante en el manejo de las técnicas y equipamientos de la fotografía. | necesarios de fotografía. | los días sábados, de 2 a 5 pm | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Clases prácticas en diferentes escenarios para llevar de la mano el conocimiento teórico y práctico. ▪ Realizar una evaluación al final del curso donde los estudiantes puedan exponer algunas fotografías tomando en cuentas todas las técnicas que aprendidas durante el curso. |
| Taller de manejo de programas de edición de videos. | Curso ideal para adentrarte de lleno en la edición de video, aprenderás el manejo del programa Adobe Premiere de forma práctica, conociendo los conceptos básicos de montaje de cine y vídeo. | Conocer el uso y manejo de programas de edición de videos, para la etapa de postproducción . | Este taller tendrá una duración de 3 meses y se impartirá los días viernes, de 2 a 5 pm. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compartir material didáctico (Físico y Digital) para autoestudio. ▪ Introducción general de las herramientas básicas para la edición de videos. ▪ Conferencia magistral sobre los tipos de edición de video dependiendo del tipo de video y el enfoque que se persigue. ▪ Clases en laboratorios, el maestro debe tener todas las herramientas para facilitar el aprendizaje. ▪ Los estudiantes deben de presentar una producción audiovisual ya sea Corto metraje, reportaje, spot publicitario etc. |
| Cine foros | Los cine-foros, se iniciarán con las preguntas que dan introducción y contexto al tema a tratar. Luego, se proyectará el video o película para terminar con preguntas | Compartir conocimientos, basado en las diversas perspectivas | Se publicará con previa anticipación la fecha de presentación. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ El material audiovisual que se producirá en dicho club será presentado al público donde posteriormente se abrirá un espacio de debate para el análisis y comprensión del mismo. |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | previamente determinadas por el coordinador y moderadores. | | | |
|--|--|--|--|--|

PRESUPUESTO

A continuación, presentamos el consto de inversión para la creación del club de comunicación audiovisual y cinematografía destinado a las autoridades universitarias que tienen poder de decisión para aprobar este presupuesto.

Costo de Equipos e Inmobiliarios

| Descripción | Unidades | Precio por Unidad | Total |
|--|----------|-------------------------|-------------------------|
| Eagletone UM30- Micrófono de condensador cardioide con salida USB. | 3 | \$100 | \$300.00 |
| Consola Peavey 8 Canales | 1 | \$250 | \$250.00 |
| Proyector EPSON POWERLITE S41+ | 1 | \$507.14 + I.V.A | \$507.14 + I.V.A |
| Computadoras con procesadores Core i7, 12 GB RAM, 1TB, tarjeta gráfica NVIDIA® GeForce® GTX 1050 Ti | 5 | \$1,700 | \$8,500.00 |
| Cámara Fotográfica Profesional Canon EOS 5D MARK IV + Accesorios | 5 | \$1,500 | \$7,500.00 |
| NUI-FLASH Super Speed C10 Transmisión Micro Sd Tf 64 GB | 5 | \$10.00 | \$10.00 |
| Disco duro externo de 2 TB | 2 | \$46.99 | \$93.98 |
| Suite de Adobe | 5 | \$53 x Mes | \$265.00 |
| Muebles de oficina | 5 | \$150 | \$750 |
| Sillas giratorias | 5 | \$85.00 | \$425 |
| Extinguidor | 2 | \$30 | \$60 |
| Materiales de limpieza | 1 | \$20 | \$20 |
| Material didáctico | 1 | \$100 | \$100 |
| Total | | | \$18,781.12 |
| Costos Operativos | | | |
| Servicio de Internet/ TIGO-60Mbps+TV Digital Avanzada | 1 | \$ 72.99 Incluye IVA | \$72.99 |
| Pago de Servicios de Agua Potable | 1 | \$10 | \$10 |
| Pago de servicios de Energía Eléctrica | 1 | \$ 155 | \$ 155 |
| Mantenimiento | 1 | \$150 | \$150 |
| Salario del encargado del club | 1 | \$700 | \$700 |
| Fondo destinado para viáticos a estudiantes del club. Costo por mes. | 1 | \$350 | \$350 |
| Total | | | \$1,437.99 |
| Costo de Infraestructura | | | |

| | |
|--|--|
| Costo de la infraestructura del club de comunicación audiovisual y cinematografía. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El costo de inversión sobre la infraestructura del local no fue estipulado porque conlleva contratar a un arquitecto o albañil para realizar un presupuesto de materiales entre otros factores. 2. Otra de las razones es que la universidad podría proveer de un local ya construido y simplemente acondicionarlo a las necesidades de este proyecto. |
| Costo total | \$20,219.11 |

Todo el presupuesto fue extraído de www.amazon.com

XI. RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones están dirigidas a las autoridades universitarias, tanto a nivel de coordinación (carrera de Comunicación para el Desarrollo) y facultad (Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas), quienes tienen la autoridad para aprobar y llevar a

instancias mayores cualquier propuesta. Si las autoridades universitarias pretenden realizar cambios en el plan de estudio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo para generar avances concernientes a la producción de contenidos audiovisuales, se recomienda tomar en consideración esta investigación y las siguientes recomendaciones.

- ✓ Implementar en un corto plazo este proyecto. La aplicación de este proyecto no debe extenderse a más de un año luego de la entrega formal de esta investigación.
- ✓ Las autoridades universitarias deberán formar alianzas estratégicas con otras entidades o personas que estén interesados en aportar tanto económicamente como en transmitir conocimientos a nivel de comunicación audiovisual.
- ✓ El encargado del CINECOM debe ser preparado en el área de comunicación audiovisual y tener una vasta experiencia en producción de contenidos audiovisuales.

XII. REFERENCIAS

Bastida, C. B., & Morales, R. B. (Octubre de 2015). *Scielo* . Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005

- Bembibre, V. (Octubre de 2018). *Definición ABC* . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>
- Borre, N. R. (19 de Enero de 2005). *overblog*. Obtenido de <http://nerb.over-blog.com/article-66185.html>
- Caballero, R. (2019). *Estudios Digitales*. Obtenido de <http://www.estudiosdigitales.com/miembros-del-equipo-produccion/>
- Caubilla, F. G. (s.f). *Cuaderno de Orientación*. (C. d. Madri, Editor) Obtenido de ¿quiero estudiar comunicación audiovisual?: www.madrid.org/cs/Satellite?...urldata...comunicacion.pdf.../pdf
- Crespo, M. A. (13 de Junio de 2013). *AMR Producciones* . Obtenido de <http://amrproducciones.blogspot.com/2013/06/preproduccion-produccion-y-posproduccion.html?m=1>
- Díaz, A. H. (2019). *Huri* . Obtenido de <http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>
- Díaz, A. H. (s.f) . *HURI*. Obtenido de ¿qué es comunicación audiovisual?: <http://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>
- El audiovisual como herramienta de comunicación, recreación y formación*. (01 de 03 de 2006). Recuperado el 06 de 07 de 2019, de http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/noticias/Paginas/2006-03-01_7529.aspx
- Ezpinoza, A. (9 de Febrero de 2009). *Capítulo IV*. Obtenido de Cre-activa: <file:///E:/Archivos%20Tesis/El%20papel%20del%20Diseño%20Gráfico%20en%20la%20sociedad.pdf>
- Galoppo, P. C. (s.f). *Comunicación Audiovisual*. Obtenido de Pastoral de la Comunicación : <https://drive.google.com/file/d/0B6RgzWJU9ds4RkZzdjMyR3pyazA/view>
- Gardey, J. P. (2010). *Definición de audiovisual*. Recuperado el 06 de 07 de 2019, de Definición : <https://definicion.de/audiovisual/>
- Gonzalez, A. D. (2007). *Galeon.com*. Obtenido de <http://aureadiazgonzales.galeon.com/cvitae2110379.html>
- Gutierrez, L. (2019). *Guía de creación audiovisual. De la idea a la pantalla* . Obtenido de <http://www.aacid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Publicaciones%20AECID/guia%20audiovisual%20ok.pdf>
- Hernandez, R., Fernadez, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*.
- Hernández, S. O. (09 de Enero de 2004). *Club auténtico de integración VOLARE*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de Club Significado y Trascendencia : catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lar/sandoval_h_op/capitulo1.pdf

- Horta, L., Inostroza, P., Porruso, & Jarpa, G. (16 de 10 de 2011). *Red de Clubes de Chile*. Obtenido de Manual de Cineclubismo:
<http://cineclubesdechile.cl/Manual%20de%20Cineclubismo.pdf>
- HURÍ. (2019). *HURÍ*. Obtenido de <http://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>
- Jaunarena, J. (2019). *LAS ETAPAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN (Ficha de cátedra)* . Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/07_jaunarena_jorge_las_etapas_del_proceso_de_realizacion__ficha_de_catedra_.pdf
- López, L. D. (2017). *El diseño Gráfico y de comunicación* .
- Luna, L. (10 de Nov de 2010). *Hipertextual*. Obtenido de <https://hipertextual.com/archivo/2010/11/planos-en-fotografia/>
- Martín, A. P. (2019). *Elementos Básicos de Una fotografía* . Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/64706/secme-15528.pdf?sequence=1>
- Martinez, C. (24 de Julio de 2017). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/ejemplos-de-grupos-sociales/>
- Montano, J. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/caracteristicas-cine/>
- MX, E. D. (20 de 06 de 2015). *Definición MX*. Obtenido de <https://definicion.mx/comunicacion-audiovisual/>
- Nuño, P. (25 de Mayo de 2017). *Emprende PYME.NET*. Recuperado el 2 de Agosto de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/propuesta-de-trabajo.html>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2008). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/proyecto-de-investigacion/>
- Prado, M. (2019). *Dossier Investigación Aplicada*.
- Prado, M. (s.f.). *Edmodo*.
- RAE. (15 de Abril de 2010). *Servicio de comunicación audiovisual*. Obtenido de <https://dej.rae.es/lema/servicio-de-comunicacion-audiovisual>
- Raffino, E. M. (27 de Noviembre de 2018). Obtenido de <https://concepto.de/proyecto-de-investigacion/>
- Rafino, M. E. (10 de enero de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/cinematografia/>
- Rico, T. (19 de 10 de 2016). *IMAGEN Y EXPRESIÓN* . Obtenido de <https://imagenenlaeso.wordpress.com/2016/10/19/1-5-tipos-de-comunicacion-audiovisual/>

Ucha, F. (Abril de 2012). *Definicion ABC*. Obtenido de
<https://www.definicionabc.com/social/propuesta.php>

VAZQUEZ, S. (13 de Agosto de 2015). *NETCOMMERCE*. Obtenido de ÀNGULOS FOTOGRÀFICOS :
<https://info.netcommerce.mx/blog/angulos-fotograficos/>

Anexos

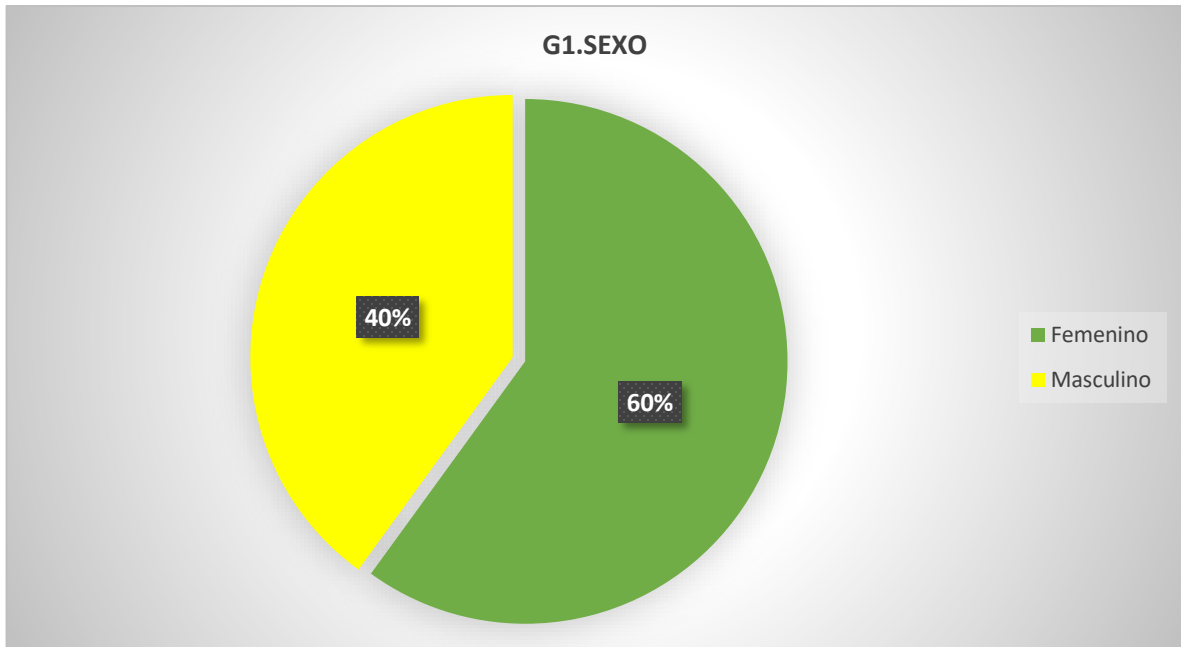


Gráfico No.1 Sexo

El gráfico 1 refleja el sexo de los estudiantes encuestados de Comunicación para el Desarrollo en la UNAN-MANAGUA, gracias al instrumento que se aplicó y los resultados que reveló el mismo, se puede constatar que la mayoría de los encuestados son mujeres con un 60% ante un 40% que representa a los varones.

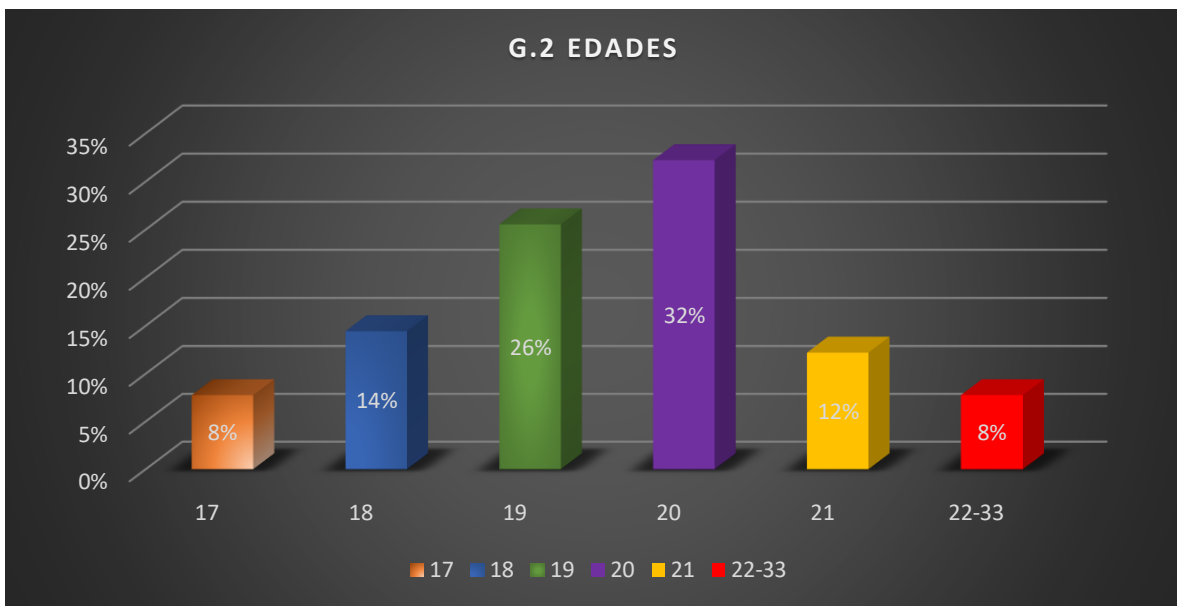


Gráfico No.2 Edades

El gráfico No.2 muestra las diferentes edades de los estudiantes encuestados de Comunicación para el Desarrollo en la UNAN-MANAGUA, un 8% de los encuestados tienen 17 años, un 14% 18 años, un 26% 19 años, 32% que representa la mayoría tienen 20 años, un 12% 21 años y un 8% de los encuestados andan entre los 22 y 33 años de edad. Cabe señalar, que las encuestas fueron aplicadas a todos los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, tanto del turno matutino como vespertino, es por ello la variedad en las edades. Otro asunto importante, es que todos los estudiantes pueden ser parte del Club de comunicación audiovisual y cinematográfica sin importar la edad, la edad no representa un requisito para formar parte del club.

G.3 ¿SABES QUE ES PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL?

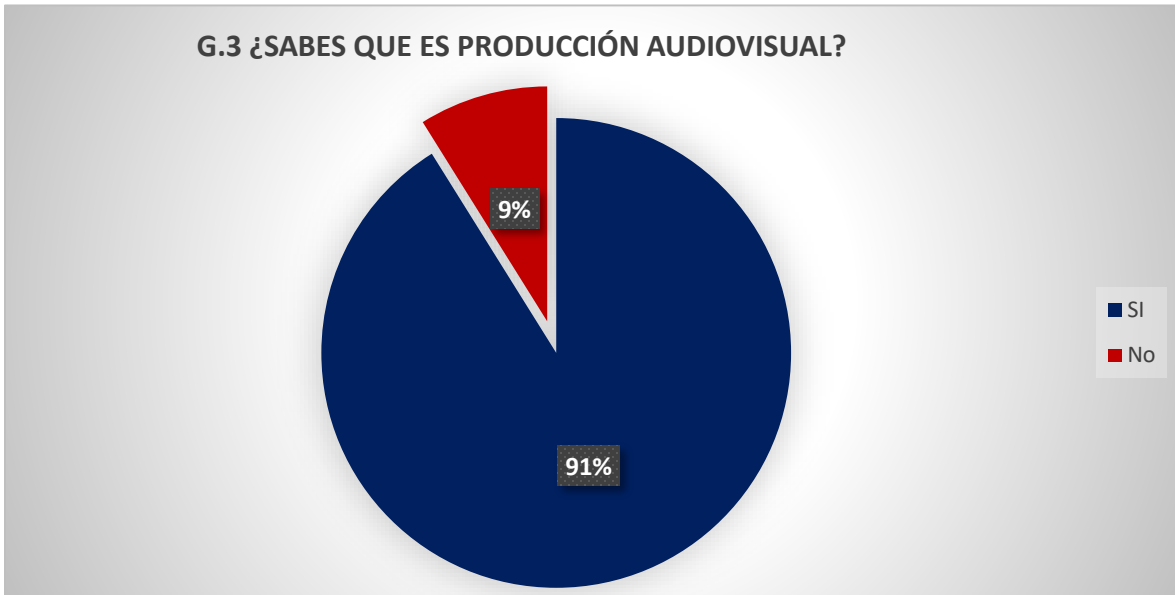


Gráfico No.3 Conocimientos sobre Producción Audiovisual

El gráfico No.3 refleja algo muy interesante, y es que el 91% de los encuestados afirman tener conocimientos sobre la producción audiovisual ante un 9% que afirma no tener conocimiento sobre la producción audiovisual que es esencial para los comunicólogos en la actualidad. En conclusión, este 9% nos revela que, si hay cierto desconocimiento sobre la producción audiovisual, otra de las razones puede ser que los que son parte de ese 9% no tienen interés sobre la producción de contenidos audiovisuales y por esa razón no se han interesado en auto aprender sobre el tema.

G.4 ¿SABES QUE ES COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL?

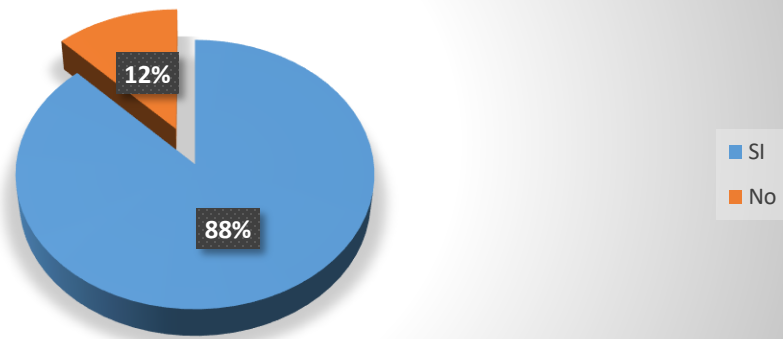


Gráfico No. 4 conocimientos sobre comunicación audiovisual

El 88% de los estudiantes encuestados alegaron tener conocimientos sobre la comunicación audiovisual ante un 12% que afirman no tener conocimientos sobre dicho tema. En la gráfica N.3 se abordan los resultados sobre los conocimientos de producción audiovisual, es importante señalar que producción y comunicación audiovisual son conceptos que tienen cierta cercanía, pero con una diferencia muy marcada.

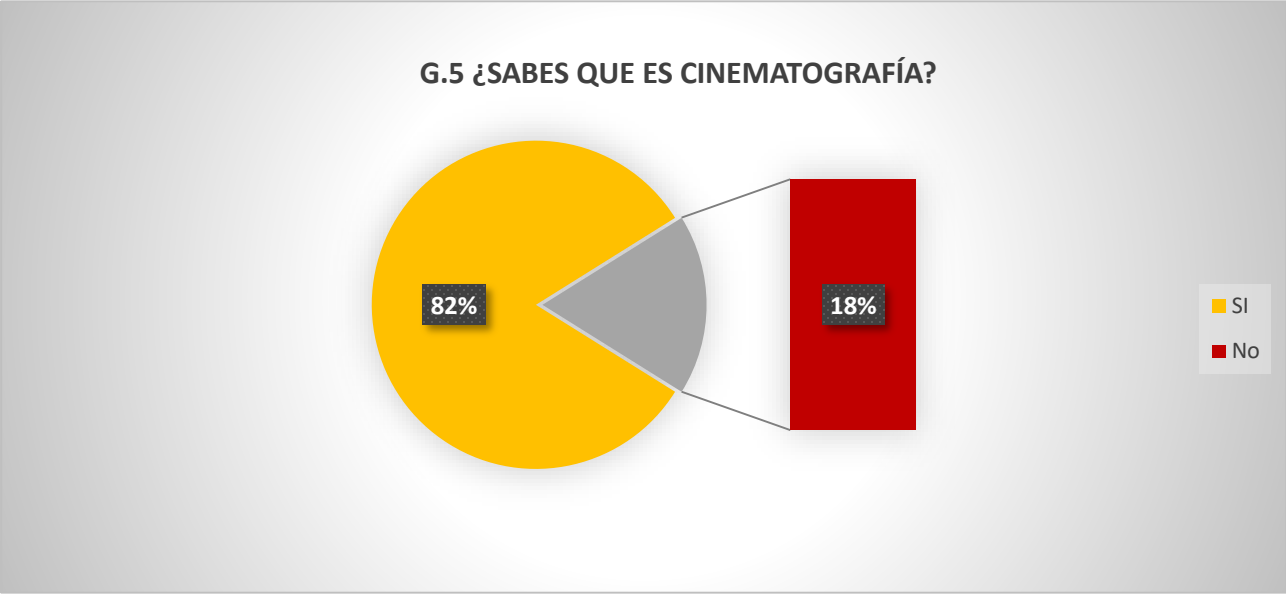


Gráfico No.5 Conocimientos sobre Cinematografía

El 18% de los encuestados no tienen conocimientos sobre producción audiovisual ante un 82% que afirmaron tener pleno conocimiento sobre cinematografía y todos los elementos que esta conlleva. La cinematografía es una forma de comunicación, a través de un corto o documental se puede comunicar o transmitir un sentimiento, emoción, hasta una ideología puede ser transmitida. Es por ello que el club de comunicación audiovisual también tiene un enfoque cinematográfico para fomentar a que los estudiantes se encaminen a ese mundo artístico que es la cinematografía.

G.10 ¿CREE QUE ESTE ESPACIO PUEDE UTILIZARSE PARA QUE LOS ESTUDIANTES REALICEN SUS PRÁCTICAS PROFESIONALES?

- Si porque los estudiantes contarán con las condiciones necesarias para familiarizarse con equipos y todo el proceso de producción
- No me parece necesario
- Es mas conveniente realizar las prácticas fuera de la Universidad

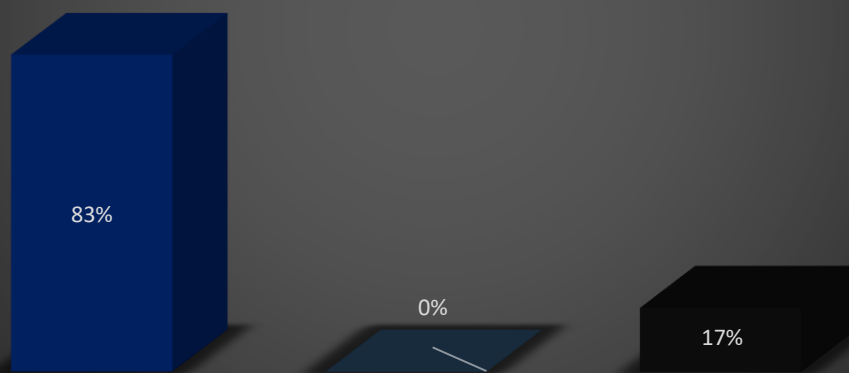


Gráfico No.10 El club como un espacio de prácticas profesionales

El 83% de los estudiantes dijeron estar interesados en que el club de comunicación sea un espacio donde ellos puedan realizar sus prácticas profesionales para así irse familiarizando con los equipos que son esenciales en la producción audiovisual, un 17% dijo que es más conveniente realizar las prácticas fuera de la Universidad.

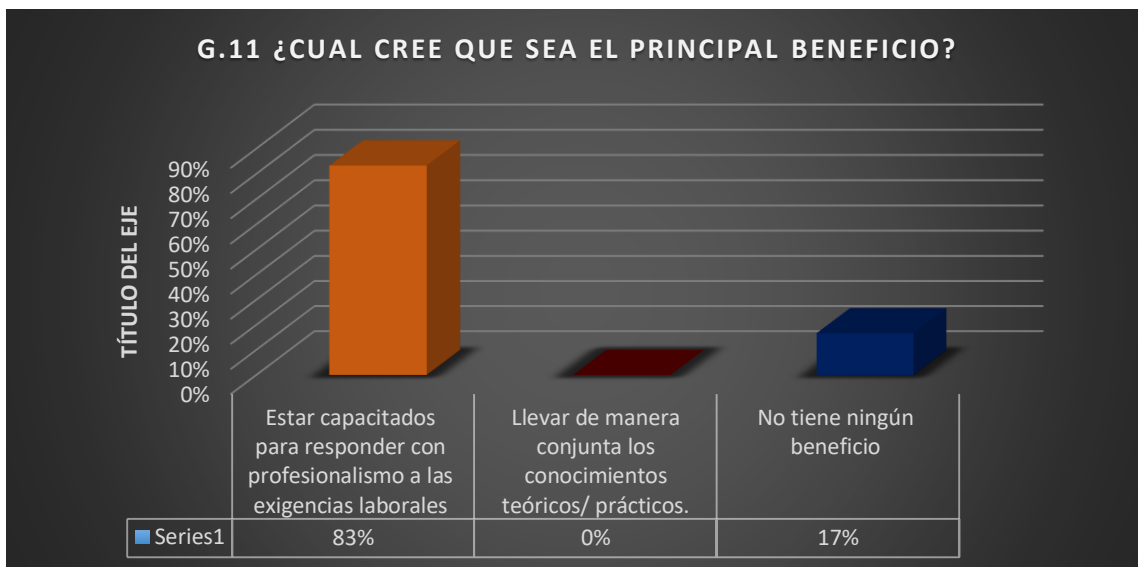
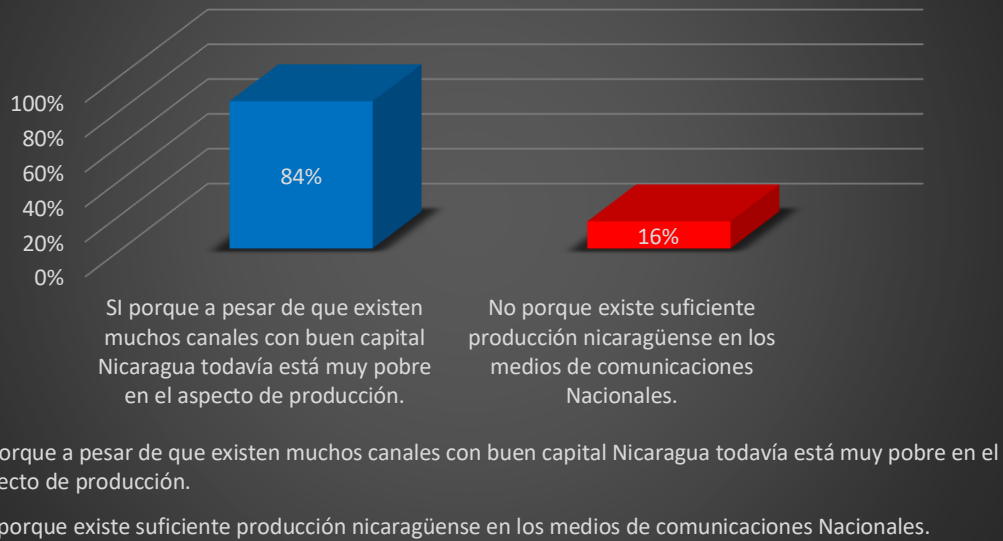


Gráfico No.11 Principal beneficio para los estudiantes de COMDES.

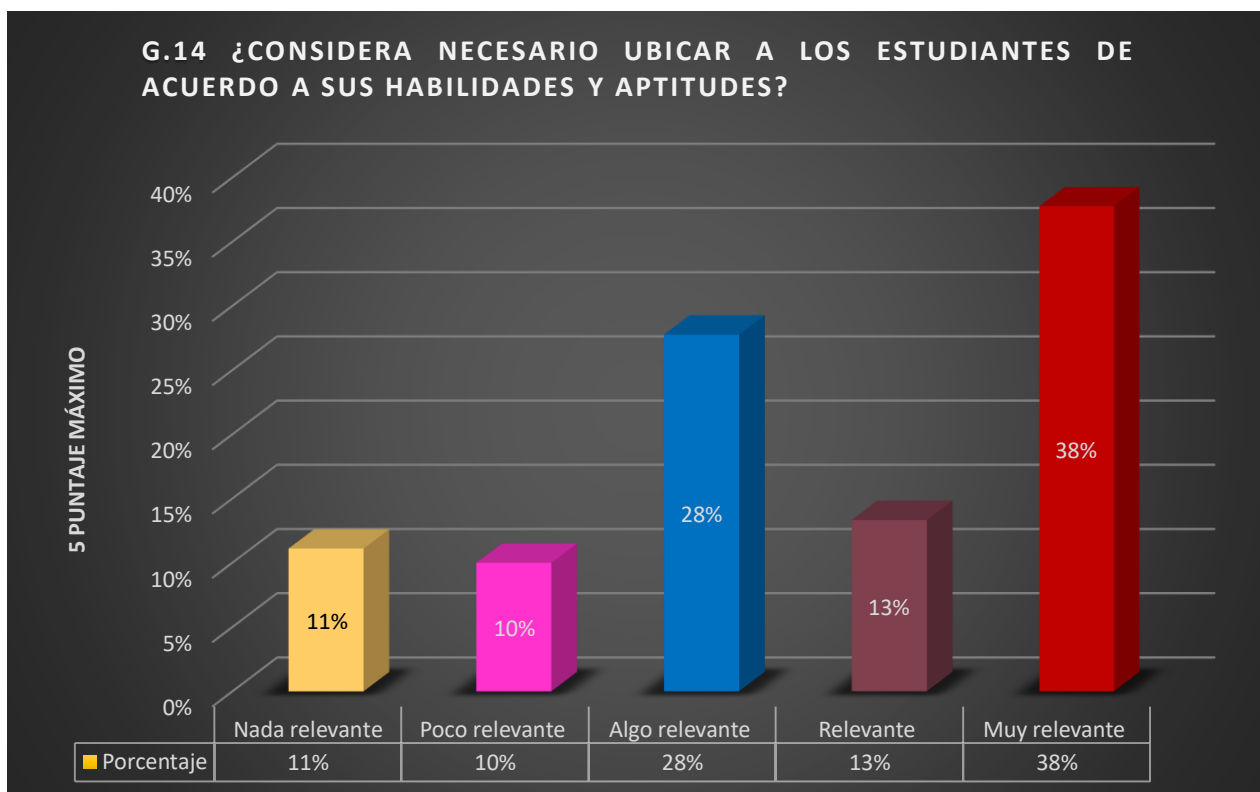
Un 83% dijo que el principal beneficio del club de comunicación audiovisual es el estar capacitados para responder con profesionalismo y responsabilidad a las exigencias laborales ante un 17% dijo que el club no tiene ningún beneficio para ellos. El mundo laboral actualmente es muy exigente a manera de comunicación audiovisual, todo se mueve a través de la publicidad es por ello que este club alimentaría los conocimientos prácticos de los estudiantes para lanzarlos al mundo laboral sin temor a ser rechazados por no tener conocimientos técnicos sobre aspectos de comunicación audiovisual que son característicos de un comunicador actual.

G.12 ¿CREE QUE EN NICARAGUA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ES UN CAMPO AÚN POR EXPLORAR?



Gráfica No-12 Producción Audiovisual campo por explorar en Nicaragua

El 84% de los encuestados expresaron que la producción audiovisual en Nicaragua es una materia que no se ha profundizado, no se ha alcanzado llevar la producción audiovisual a su nivel más alto, sin embargo, un 16% expresó que en Nicaragua los medios de comunicación nacionales han realizado suficiente producción audiovisual para satisfacer cualquier necesidad.



Gráfica No.14 Ubicar a los estudiantes de acuerdo a sus habilidades

Un 11% de los encuestados afirmaron que no es relevante la separación de acuerdo a habilidades y aptitudes de los estudiantes, un 10% expresó que es poco relevante, un 28% algo relevante, el 13% dijo que es relevante, en cuanto al 38% afirmó que es muy relevante. En este sentido, se puede analizar gracias a la mayoría que, el aprendizaje sería mayor si los estudiantes están separados por sus habilidades y aptitudes. Colocarlos en un espacio donde se sientan cómodos será el primer eslabón para alcanzar el aprendizaje planeado.

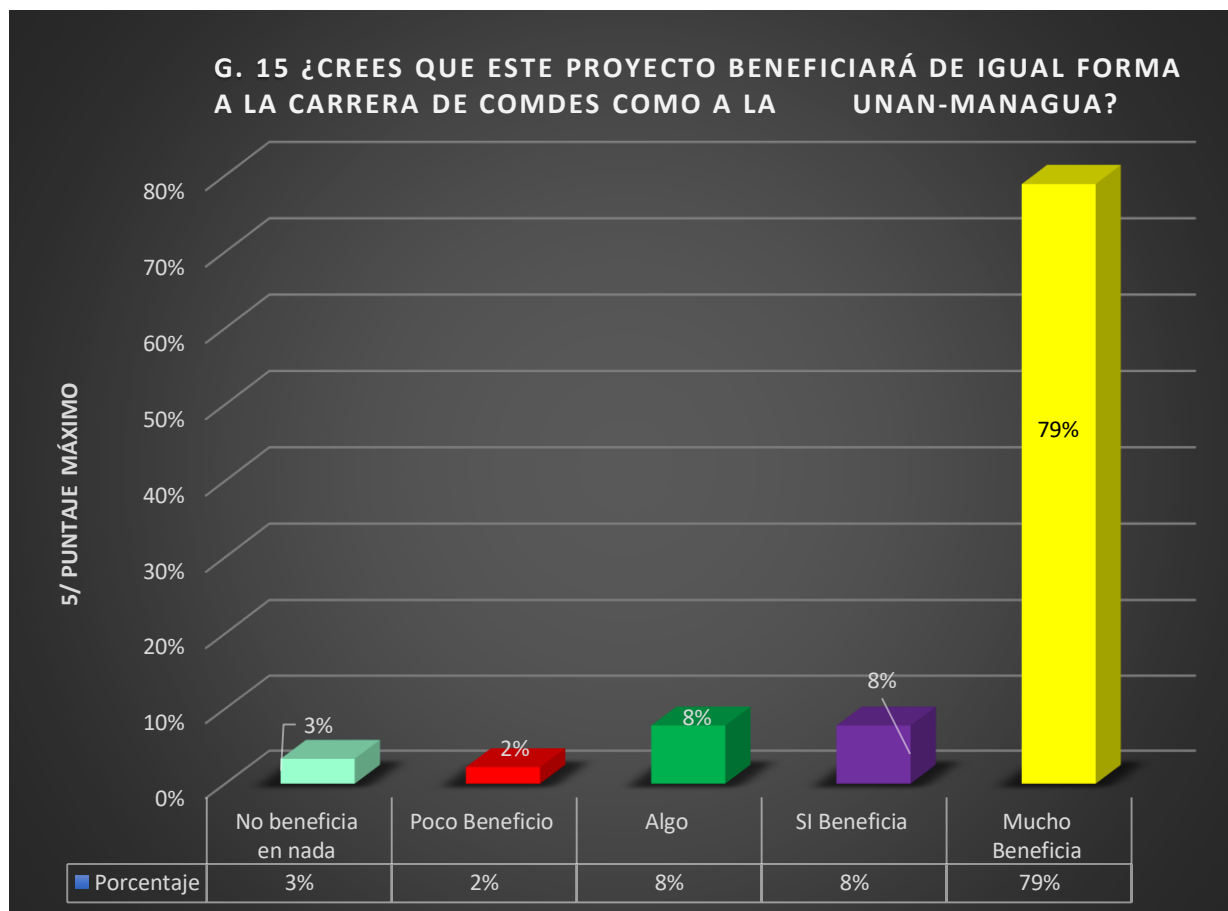
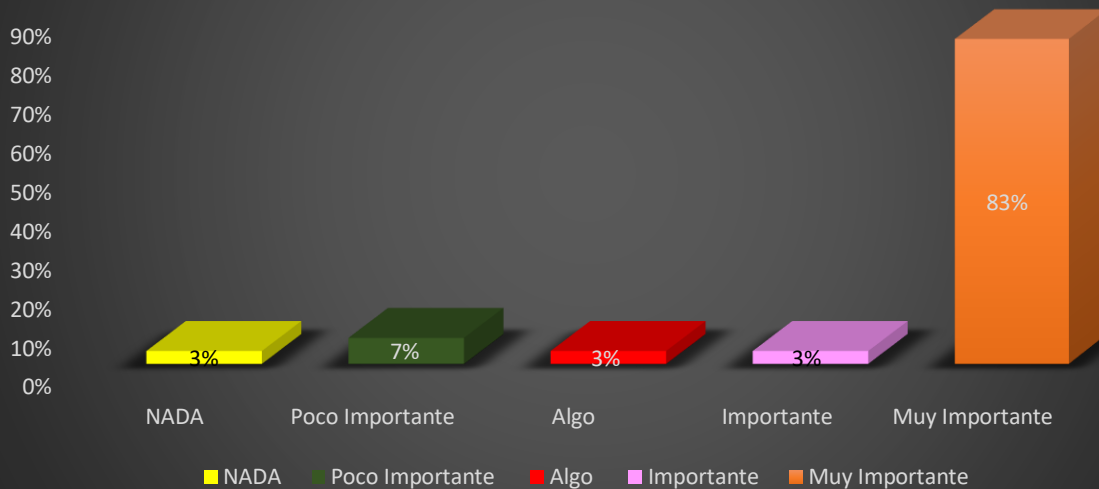


Gráfico No.15 Beneficio para la UNAN-MANAGUA

El 3% de los encuestados afirmaron que el proyecto sobre la creación del club de comunicación audiovisual no beneficia en nada a la Universidad, el 2% dijo que hay un poco beneficio, el 8% expresó que algo, sin embargo, otro 8% de los encuestados afirmó que, si beneficia, en cuanto a un 79% expresó que beneficia mucho. en base a los resultados se puede analizar que el club de comunicación audiovisual si beneficia a la universidad ya que son pocas universidades las que cuentan con un club de estas magnitudes.

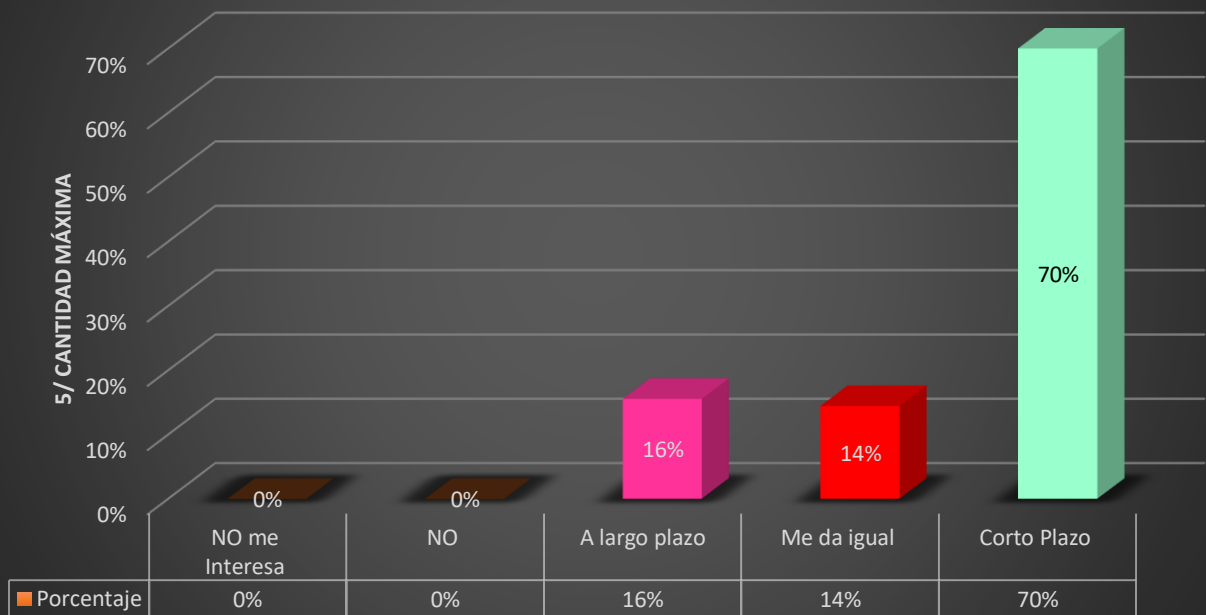
¿QUÉ TAN IMPORTANTE CREE QUE SEA ESTE PROYECTO PARA LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO?



Gráfica No.16 Importancia del proyecto para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo

EL 3% de los encuestados dijo que el proyecto es nada importante para los estudiantes de COMDES, el 7% expresó que es poco importante, en cambio, otro 3% expresó que es algo importante en contraste con el 3% que revela que es importante en relación al 83% que es la mayoría expresó que el proyecto es muy importante para los estudiantes de comunicación.

G.17 ¿CONSIDERAS QUE ESTE PROYECTO DE SER APROBADO DEBERÍA DE SER IMPLEMENTADO A CORTO PLAZO?



Gráfica No. 17 implementación del club a corto plazo

El 16% de los encuestados afirmó que es mejor que el proyecto sea implementado a largo plazo, un 14% simplemente declaró que le da igual si el proyecto es implementado a largo o corto plazo en contraste con un 70% de los estudiantes encuestados que expresaron que el proyecto debería implementarse a corto plazo. El 70% revela la urgencia y el interés que hay en los estudiantes de aprender más sobre la producción y comunicación de contenidos audiovisuales.



Propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.

La presente entrevista está dirigida hacia **José Ramón Trejos – Productor de Crónica TN8** esta tiene como objetivo: “Detallar los requerimientos necesarios para la creación del proyecto de comunicación audiovisual y cinematográfica para la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019”.

1. ¿Cuáles son los requerimientos necesarios para impulsar un club de comunicación audiovisual y cinematográfica?

Los requerimientos básicos son todas las herramientas técnicas que les debemos brindar a los chavalos para que ellos puedan familiarizarse con las herramientas que se utilizan a nivel profesional o semiprofesional. Las herramientas que se les debe brindar son cámaras, por ejemplo, es necesario que a los estudiantes no se les ponga a grabar con teléfonos o Tablet porque a la hora de ir a una empresa o medio de comunicación se van a encontrar con herramientas audiovisuales totalmente desconocidas, hay que prepararlos en la edición con todos los programas necesarios Premier, After Effects, hay que prepararlos también con talleres de realización de guiones. Los requerimientos son más que todo técnicos para formar a los chavalos con más habilidades de producción audiovisual.

2. ¿Cuál es el presupuesto mínimo con el que debe contar un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para dar sus primeros pasos?

*En estos aspectos tenemos que tomar en cuenta lo que queremos, ¿cuáles son las cámaras más adecuadas?, Memorias que ofrezcan las mejores capacidades de almacenamiento, computadoras que tengan un buen procesador, los programas de edición más actuales. Para empezar un proyecto como este recomendaría un presupuesto **Mínimo** de \$5.000 Dólares.*

3. ¿Cuáles son los equipos tecnológicos con los que debe contar un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para el desarrollo práctico de los estudiantes?

Cámaras, audio, parlantes con buena sonoridad, luces, edición, escenografía, porque también es un club de comunicación cinematográfica así que sería importante que consigan biombos, mantas, tarima etc. Todos los elementos habidos para realizar una obra de cine.

4. ¿Qué condiciones debe prestar el local de un club de comunicación audiovisual para que los estudiantes puedan desarrollarse?

Las condiciones de este club deberían de ser proveer de un ambiente algo relajado, no tan metódico como suele ser en las aulas de clases, sino, algo más tranquilo donde ellos se puedan sentir a gusto y de esta manera puedan trabajar de forma más efectiva y espontánea. El local debe ser grande porque hay que realizar varias divisiones concernientes a los lugares de grabación de reportajes, grabación de voz en off, y un lugar donde se puedan presentar algunas producciones audiovisuales para fortalecer conocimientos.

5. ¿Cuáles son los requerimientos básicos que un miembro debe cumplir para formar parte de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica?

Para pertenecer a un club de comunicación como este, en primer lugar, debes tener creatividad, si un estudiante no tiene creatividad no puede dedicarse a la producción de contenidos audiovisuales, por otro lado, el estudiante debe sentir pasión por la producción de contenidos audiovisuales, esos son los dos principales requisitos que debe tener el estudiante para formar parte de un proyecto como este.

6. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir el docente para estar a cargo del proyecto del club de comunicación audiovisual y cinematográfica?

El docente debe 1) Ser un especialista en producción de contenidos audiovisuales 2) Debe tener conocimientos bastos de edición. 3) debe ser inspirador, debe inspirar a los estudiantes a apasionarse más por la comunicación audiovisual.

7. ¿Cree usted que contar con un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de comunicación, mejoraría el nivel de preparación de los egresados de esta carrera?

Si mejoraría de forma impresionante la preparación de los estudiantes porque la mayoría de universidades no cuentan con los recursos necesarios para brindar las herramientas y conocimientos que un club como este ofrece para los estudiantes, esto representa una vulnerabilidad a nivel de conocimiento para ellos, quienes son los afectados directamente. Solo con el hecho de que los estudiantes ya vallan con ciertos conocimientos sobre producción de contenidos audiovisuales cambia las pocas posibilidades de contrato en grandes oportunidades, este aprendizaje los convierte en comunicadores con mayores habilidades y por ende multifacéticos, que un comunicador sea multifacético en el mercado laboral es de provecho.

8. ¿Cómo valoraría la iniciativa de crear un club de comunicación audiovisual y cinematografía para los estudiantes de COMDES?

Esta iniciativa la valoraría de dos formas 1. Positivo y 2. Necesario, porque a la hora de ir a una empresa, ONG o bien un medio de comunicación, los chavalos ya van a llevar conocimientos y un portafolio de productos, cuando les pregunten sobre lo que saben hacer ellos pueden afirmar que ya hicieron un corto metraje o una producción comercial etc. Eso les abrirá puertas laborales impresionantes, recordemos que la producción audiovisual es la punta de lanza en todas las empresas del mundo, pues todas subsisten de la publicidad.



Propuesta para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-MANAGUA, correspondiente al primer semestre 2019.

Carrera: Comunicación para el Desarrollo

Edad ___ Sexo__ Año__ Turno__

ENCUESTA

La presente encuesta pretende recolectar la opinión de los estudiantes de comunicación para el Desarrollo, para la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematografía.

1. Lea detenidamente cada pregunta, si taque la selección que considere correcta.

¿Sabes que es producción audiovisual?

Si___ No___

¿Sabes que es comunicación audiovisual?

Si___ No___

¿Sabes que es cinematografía?

Si___ No___

¿El pensum académico satisface las necesidades de conocimientos en relación a las exigencias actuales del mercado laboral?

Si___ No___ Tal vez___

¿Considera que la comunicación audiovisual es importante para el desarrollo profesional en comunicadores para el desarrollo?

Si___ No___ Tal vez___

2. Encierre en un círculo la letra de la respuesta que considere correcta.

¿Por qué considera importante la creación de un club de comunicación audiovisual y cinematográfica para los estudiantes de COMDES?

- a. Si es importante porque nos ayuda a ser comunicólogos con mayores habilidades.
- b. Es importante porque nos abre más oportunidades en el campo laboral
- c. No es importante

¿Cuál de estos conocimientos prácticos te gustaría aprender?

- a. Aprender a usar los equipos de producción audiovisual.
- b. Usar programas de edición para la post producción.
- c. Realizar guiones, y storyboard.

¿Cree usted que este espacio puede servir para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas profesionales?

- a. Si porque los estudiantes contarán con las condiciones necesarias para familiarizarse con los equipos, y en todo el proceso de producción.
- b. No me parece necesario.
- c. Es mejor hacer prácticas fuera de la universidad.

¿Cuál cree usted que sería el principal beneficio para los estudiantes?

- a. Estar capacitados para responder con profesionalismo a las exigencias laborales.
- b. Llevar de manera conjunta los conocimientos teóricos con los prácticos.
- c. No tiene ningún beneficio.

¿Cree que en Nicaragua la producción audiovisual es un campo aún por explorar?

- a. Si porque a pesar de que existen muchos canales con buen capital Nicaragua todavía está muy pobre en el aspecto de producción.
- b. No porque existe suficiente producción nicaragüense, en los medios de comunicación del país.

3. Coloque en la casilla en blanco la cantidad que crea más adecuada, tomando en cuenta que 1 es el puntaje mínimo, y 5 el máximo.

¿Considera relevante que el docente encargado del club de producción audiovisual y cinematográfica sea experto en la materia de producción? _____

¿Considera necesario ubicar a los estudiantes por grupos tomando en cuenta sus habilidades y aptitudes? _____

¿Cree que la creación de este proyecto beneficiará no solo a la carrera de comunicación sino a la unan Managua? _____

¿Qué tan importante cree que sea este proyecto para los estudiantes de comunicación para el desarrollo? _____

¿Considera que la creación de este proyecto de ser aprobado sea realizada a mediano plazo, no a largo plazo? _____